

**Міністерство освіти і науки України**  
**Луцький національний технічний університет**  
**Факультет цифрових, освітніх та соціальних технологій**  
**Кафедра соціогуманітарних технологій**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»**

**РОЛЬ АФІЛІАЦІЇ В МОТИВАЦІЇ ДОСЯГНЕННЯ БАЗОВИХ ПОТРЕБ**

Спеціальність 053 Психологія  
Освітньо-професійна програма Психологія

Виконав: здобувач вищої освіти  
Групи ПС-41  
Радченко Вероніка Олександрівна

---

(підпис)

Керівник:  
канд. психол. н., доцент  
Бабій Микола Федорович

---

(підпис)

Кваліфікаційну роботу  
допущено до захисту  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.  
канд. психол. н., доцент  
Гарант освітньої програми:  
Савчук Н. А.

---

(підпис)

Луцьк – 2026 року

## АНОТАЦІЯ

Радченко В. О. Роль афіліації в мотивації досягнення базових потреб.  
Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Психологія» спеціальності 053 Психологія. Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2026.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків (згідно структури кваліфікаційної роботи, затвердженої кафедрою).

У роботі досліджено роль афіліації в мотивації досягнення базових потреб. Здійснено теоретичний аналіз наукових підходів до розуміння афіліації та базових потреб особистості. Виявлено, що афіліація може розглядатися як окрема соціальна потреба, а також як внутрішній мотиваційний чинник у досягненні базових потреб. Саме розгляд афіліації як мотиваційного чинника було покладено в основу емпіричного дослідження.

В емпіричній частині досліджено особливості мотивації афіліації та домінуючі базові потреби респондентів. Для дослідження використано методичку мотивації афіліації А. Мехрабіана (в адаптації М. Магомед-Емінова) та авторський опитувальник «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості». Проведено кількісний, якісний і перехресний аналіз результатів.

У результаті дослідження встановлено, що найбільш тісний взаємозв'язок між афіліацією та мотивацією досягнення базових потреб простежується у сфері соціально-емоційних потреб. Визначено, що афіліація виступає важливим мотиваційним чинником реалізації потреб, пов'язаних із міжособистісною взаємодією, підтримкою та соціальним прийняттям.

Ключові слова: афіліація, базові потреби, особистість, мотивація, міжособистісні контакти, психологічне благополуччя.

## ANNOTATION

Radchenko V. O. Role of affiliation in motivating the achievement of basic needs. Manuscript.

Qualification work of the bachelor's degree program "Psychology" specialty 053 Psychology. Lutsk National Technical University. Lutsk, 2026.

The qualification work of the bachelor consists of an introduction, two sections, conclusions, a list of used sources and appendices (according to the structure of the qualification work approved by the department).

The role of affiliation in motivating the achievement of basic needs is investigated in the work. A theoretical analysis of scientific approaches to understanding affiliation and basic needs of the individual is carried out. It is revealed that affiliation can be considered as a separate social need, as well as an internal motivational factor in achieving basic needs. It was the consideration of affiliation as a motivational factor that was the basis of empirical research.

In the empirical part, the features of affiliation motivation and the dominant basic needs of respondents are studied. For the study, the method of motivation of affiliation by A. Mehrabian (adapted by M. Magomed-Eminov) and the author's questionnaire "Subjective satisfaction of basic needs of the individual" were used. Quantitative, qualitative and cross-analysis of the results was carried out.

As a result of the study, it was found that the closest relationship between affiliation and motivation to achieve basic needs can be traced in the field of socio-emotional needs. It is determined that affiliation is an important motivational factor for the realization of needs related to interpersonal interaction, support and social acceptance.

Keywords: affiliation, basic needs, personality, motivation, interpersonal contacts, psychological well-being.

**ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ВЗАЄМОДІЯ АФІЛІАЦІЇ ТА БАЗОВИХ ПОТРЕБ</b>	<b>9</b>
1.1. Поняття та психологічна сутність афіліації	9
1.2 Взаємозв'язок базових потреб особистості з афіліацією	15
<b>РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ АФІЛІАЦІЇ В ДОСЯГНЕННІ БАЗОВИХ ПОТРЕБ</b>	<b>22</b>
2.1. Опис програми та процедури дослідження	22
2.2 Кількісний та якісний аналіз результатів	24
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>36</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>39</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	<b>42</b>

## ВСТУП

**Актуальність.** На сучасному етапі розвитку наше суспільство характеризується високим рівнем соціальної взаємодії, що спричиняє у людей постійну потребу підтримувати старі та встановлювати нові міжособистісні контакти. На фоні цього все більшого значення набуває феномен афіліації як прагнення людини до зближення та створення емоційних стосунків з іншими членами соціуму. Варто зазначити що афіліація виступає не лише як соціальна складова, а й як важливий мотиваційний чинник що має вплив на інші аспекти життєдіяльності особистості.

Водночас з дослідженням афіліації у психології приділяють значну увагу проблематиці досягнення базових потреб, які визначають поведінкові риси людини, її емоційний стан та загальний рівень задоволеності життям. Наявні наукові праці зазначають що задоволення базових потреб, зокрема фізіологічних, потреб у безпеці, самовираженні та соціальній приналежності є фундаментом для розвитку цілісної особистості. Але значна частина існуючих підходів розглядає цю проблему досить узагальнено і не розкриває її в повній мірі.

Саме тому **актуальність** даного дослідження щодо рівня впливу афіліації на покращення змоги задоволення базових потреб полягає у глибшому аналізі взаємозв'язку між цими психологічними явищами та встановленні конкретних чинників які на це впливають.

Тему афіліації та досягнення базових потреб неодноразово розглядали наукові діячі минулого та сьогодення. Серед них можна виділи: Абрахам Маслоу, Джеффри Янг, Генрі Мюррей, Девід Маклелланд, Стенлі Шехтер.

**Метою** є дослідження впливу афіліації на досягнення базових потреб людини.

**Об'єктом дослідження** виступає афіліація як стимул.

Предметом дослідження є вплив афіліації на мотивацію досягнення базових потреб особистості.

Для детальнішого розкриття теми та досягнення окресленої мети були встановлені такі **завдання** як:

- Аналіз теоретичних поглядів на стимульну роль афіліації у досягненні базових потреб особистості;
- Розробка програми емпіричного дослідження та його проведення;
- Здійснення інтерпретації отриманих результатів дослідження.

**Методи дослідження.** Для розв'язання поставлених завдань було використано методика діагностику мотивації афіліації Альберта Мехрабіана та авторський опитувальник на тему «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості»

**Інформаційною базою** роботи виступили наукові праці зарубіжних вчених, що досліджували мотиваційну сферу особистості, зокрема Д. Макклелланда, Р. Раяна, Е. Десі. Також використано роботи А. Мехрабіана, Г. Мюррея, Д. Макклелланда, що розглядали питання афіліації та мотивації міжособистісної взаємодії. Значну роль відігравали праці А. Маслоу який здійснив внесок у вивчення базових потреб особистості та концепція якого стала однією з теоретичних основ дослідження. А також внесок українських дослідників, зокрема Н. Г. Іванової, А. В. Колчигіної та інших, які розглядали питання мотивації, соціальної взаємодії, афіліації та базових потреб особистості.

**Методологічну основу дослідження** становлять положення гуманістичного та мотиваційного підходів до вивчення особистості, які розкривають закономірності формування та функціонування мотиваційної сфери людини. У роботі враховано психологічні положення щодо особливостей мотивації афіліації та задоволення базових потреб особистості. Важливе значення для дослідження мають наукові уявлення про роль міжособистісної взаємодії у процесі особистісного розвитку, прагнення до прийняття й підтримання позитивних соціальних контактів, а також особливості прояву страху відкидання як чинника, що впливає на поведінку людини та її мотиваційну активність. Методологічні засади дослідження спрямовані на розуміння взаємозв'язку між мотивацією афіліації та особливостями задоволення базових потреб особистості.

**База дослідження.** Дослідження проводилось на базі Центру медіації та психології.

Структура кваліфікаційної роботи включає в себе вступ, два розділи, висновки та список використаних джерел. Загальна кількість сторінок 33.

Під час виконання кваліфікаційної роботи бакалавра також застосовувалися інструменти ШІ, як допоміжний засіб для перевірки й редагування тексту, уточнення формулювань, генерації ідей та опрацювання наукових джерел. Усі основні положення, висновки та результати дослідження є авторськими та базуються на самостійному аналізі. Отримані за допомогою генеративного штучного інтелекту матеріали були додатково перевірені на достовірність і приведені у відповідність до вимог академічної доброчесності.

## РОЗДІЛ 1

### ВЗАЄМОДІЯ АФІЛІАЦІЇ ТА БАЗОВИХ ПОТРЕБ

#### 1.1. Поняття та психологічна сутність афіліації

Психіка людини – це комплексна багаторівнева система, яка охоплює широкий спектр ментальних явищ. Серед різноманіття психічних реакцій набувають актуальності дослідження психологічної структури, яка пов'язана із поведінковими та емоційними проявами людини. У межах цієї структури важливе місце посідають процеси міжособистісної взаємодії, які сприяють формуванню відчуття емоційної залученості у створенні якісних зв'язків з іншими людьми. У процесі взаємодії з іншими людиною переживає важливі стани, пов'язані з прийняттям, підтримкою та усвідомленням власної цінності. Наявність та характер цих взаємини – їхня якість, емоційна насиченість і глибина – суттєво позначаються на внутрішньому та зовнішньому стані особистості.

У контексті аналізу міжособистісної взаємодії важливо враховувати, що її порушення може проявлятися у різних формах, однією з яких є ізоляція. Та хоч людина – істота соціальна, все ж таки деякі індивіди вимушено чи за власним бажанням можуть не підтримувати звичні соціальні зв'язки, що в більшості випадків негативно відображається на їхньому психічному стані. У психології соціальна ізоляція розглядається як обмеження або уникнення контактів з іншими чи суспільством загалом. Вона супроводжується підвищеним рівнем тривожності, емоційним виснаженням та зниженням психологічної стійкості. Тривале перебування в умовах ізоляції може ускладнювати процеси саморегуляції та адаптації, що знижує здатність людини ефективно взаємодіяти з іншими.

Описуючи сприятливий вплив наявності емоційно значущих зв'язків, сучасні дослідження, зокрема Дж. Голт-Лунстад, підкреслюють, що саме соціальна взаємодія є важливим компонентом психологічного та фізичного благополуччя людини, виконуючи захисну функцію щодо стану здоров'я [11]. Це обґрунтовує важливість вивчення психологічних механізмів, які

забезпечують потребу людини у встановленні та підтриманні міжособистісної взаємодії з оточенням.

Одним із ключових чинників міжособистісної взаємодії є феномен афіліації, що відображає прагнення особистості до співпраці з іншими людьми, перебування з ними разом. Афіліація – це явище, що вимірюється багатьма способами та поєднує в собі поведінковий, когнітивний та мотиваційний аспекти. Також вона сприяє формуванню соціальних зв'язків і є вирішальним фактором у визначенні характеру взаємодії між людьми.

У межах різних теоретичних концепцій серед науковців спостерігається конвергенція поглядів щодо трактування терміну афіліації. У межах соціально-психологічного аналізу міжособистісної взаємодії важливе місце посідає комунікативна компетентність, в основі якої лежить прагнення встановлювати емоційні взаємини з оточенням, належати до певної соціальної групи та бути залученим до мережі міжособистісних відносин. Дана характеристика пов'язана з феноменом афіліації, тобто потребою людини бути в суспільній взаємодії з іншими людьми, що підтверджують сучасні оглядові дослідження [10].

Також важливий внесок у розуміння афіліативної тенденції зробив А. Мехраб'ян, який розглядав її через прагнення до прийняття та уникнення відторгнення в соціальних ситуаціях [16]. Варто наголосити, що афіліація у даному випадку може розглядатися як динамічне поєднання прагнення до позитивного соціального контакту та водночас страху негативної оцінки чи соціальної ізоляції. Такий підхід дає змогу глибше проаналізувати емоційні механізми, що визначають характер міжособистісної взаємодії.

Афіліація розглядається і в межах теорії потреби в приналежності Р. Баумейстера і М. Лірі, де розкривається прагнення особистості до встановлення та підтримання стабільних міжособистісних зв'язків [7]. У зазначеному контексті афіліацію розглядають як базову потребу особистості у встановленні та підтриманні стійких емоційно значущих міжособистісних зв'язків, які сприяють переживанню соціальної включеності та формуванню внутрішнього психологічного комфорту.

Для кращого розуміння поняття афіліації необхідно розглянути його психологічну сутність, яка полягає у сукупності невід'ємних, взаємопов'язаних компонентів структури явища та процесів, що задіюються у певній послідовності. Оскільки цей феномен виконує роль системи внутрішньої регуляції взаємодії, то основними складниками його структури є такі аспекти, як: мотиваційний, когнітивний, емоційний та поведінковий.

Мотиваційна складова відіграє провідну роль у структурі афіліації, адже саме вона відповідає за потребу у контакті з іншими та формує подальший напрямок реалізації інших аспектів. У своїй статті А. В. Колчигіна зазначає, що сучасні теоретичні підходи розглядають мотивацію як систему загальних мотивів особистості, що визначають спрямованість поведінки та включають різні види соціально зумовлених потреб [6]. Така система мотивів може позитивно або негативно впливати на орієнтацію особистості щодо встановлення міжособистісних контактів. Також важливо зазначити, що залежно від рівня мотивації особистості варіюється й рівень афіліації.

Водночас когнітивна складова відповідає за обробку сигналів та формування очікувань, задіюючи аналіз, оцінку, пам'ять. На цьому рівні формується розуміння соціальних ситуацій, прогнозування реакцій оточення та вибір раціональних способів поведінки. У дослідженні соціальної поведінки Р. Сапольскі показує, що емоційні та поведінкові реакції людини формуються як результат обробки соціальних стимулів через взаємодію нейронних і гормональних систем, що визначають прояви емпатії, кооперації та агресії [22].

Емоційна ж складова відіграє важливу роль у підтримці та регуляції афіліації, що проявляється у переживанні емоцій, пов'язаних із взаємодією. Необхідно зазначити, що позитивні емоції від міжособистісної взаємодії підкріплюють подальше прагнення до соціальних контактів, натомість негативні сприяють зниженню афіліативної спрямованості.

Поведінкова складова відповідає за конкретні дії, які людина виконує для встановлення або підтримання контакту. Вона включає комплекс різних форм

активності, таких як ініціювання спілкування, підтримка розмови, застосування емоційного інтелекту та інших.

Важливим аспектом розгляду афіліації є також передумови її формування. Значною мірою вони залежать від етапів психічного розвитку особистості. У даному контексті, враховуючи теорію психосоціального розвитку Е. Еріксона, можна простежити, як формуються передумови в межах узагальнених вікових етапів [9].

Провідну роль насамперед відіграє дитинство, під час якого у людини з'являється перше прагнення до встановлення соціально-емоційних контактів. Саме у ранньому віці через комунікацію з дорослими дитина пізнає емоційну близькість, запам'ятовує патерни взаємодії з оточенням та засвоює загальноприйняті норми поведінки в соціумі. Таким чином, ранні емоційні контакти виступають основою подальшого формування ставлення до інших людей, що визначає соціальну спрямованість особистості. Не менш вагомим є й підлітковий вік. Як зазначають О. В. Вдовіченко та Д. О. Мартинюк, основними психологічними потребами підлітка є самоствердження, прагнення до незалежності від дорослих, визнання власних прав з боку інших людей та потреба в спілкуванні й прийнятті однолітками [1]. Саме тому у межах цього періоду більша увага приділяється спілкуванню саме з ровесниками, а також на даному етапі відбувається формування самооцінки та соціальної ідентичності, що посилює орієнтацію на приналежність до групи та бажання бути прийнятим іншими.

У період зрілості передумови афіліації проявляються в уже сформованій моделі міжособистісної взаємодії, що призводить до створення довготривалих, стабільних соціальних зв'язків. На цьому етапі для особистості більшого значення набувають потреба в підтримці та довірі, ніж відчуття елементарної приналежності до групи. Водночас соціальні зв'язки стають більш вибірковими та зумовлюються необхідністю або особистісною цінністю. Завершальним етапом психосоціального розвитку є старість. Він характеризується збереженням відчуття власної значущості для наявного соціального кола та активною

підтримкою уже встановлених міжособистісних контактів. У цей період особистість чутливо реагує на різкі зміни у своєму оточенні. Надмірне звуження чи, навпаки, розширення кола спілкування може призвести до довготривалого стресу, відсутності емоційної рівноваги та інших негативних наслідків.

Водночас вікові етапи не є єдиною передумовою формування афіліації, не менш важливу роль відіграють зовнішні та внутрішні чинники. Серед зовнішніх чинників варто відзначити середовище, в якому перебуває індивід, адже це впливає на афіліативну спрямованість та залежно від умов може мати різні наслідки для подальшої взаємодії. Коли особистість знаходиться у сприятливому середовищі, де присутні прийняття, повага, взаєморозуміння та інші позитивні фактори, формується спрямованість на побудову та підтримку соціальних контактів. Якщо ж оточення має несприятливі умови, тобто конфлікти, байдужість, ігнорування, тоді в подальшому навпаки посилюється уникнення взаємодії. Таким чином, характер соціального оточення безпосередньо впливає на рівень відкритості особистості та особливості її комунікативної взаємодії, що зазначають сучасні наукові статті [19].

До внутрішніх чинників належать індивідуально-психологічні особливості, такі як: самооцінка, тип темпераменту, досвід та інші. Вони формуються протягом життя або є вродженими та мають значний вплив на спрямованість до міжособистісної взаємодії. Наприклад, самооцінка визначає готовність та відкритість до контакту з іншими. При високому та середньому рівнях людина буде легше встановлювати нові зв'язки, при низькому рівні, навпаки, переважатиме тривожність та страх відторгнення, що сприятиме соціальній відчуженості. Тип темпераменту впливає на емоційність та спосіб реагування, що відображається саме на характері взаємодії. Ключову роль серед наведених чинників відіграє досвід, який формує уявлення про міжособистісну комунікацію та її наслідки. При негативному досвіді спілкування чи побудови стосунків людина буде уникати схожих ситуацій, що викликають у неї негативні переживання, і це вплине на подальше бажання комунікувати з іншими. Якщо досвід комунікації був позитивним, то особистість схилитиметься до повторення

схожих моментів, що збільшить прагнення до соціальної інтеракції. Таким чином, в залежності від прояву цих аспектів процес формування афіліації може посилюватись або, навпаки, ставати слабшим.

Окреслені передумови формування афіліації допомагають краще зрозуміти, як вона виникає та розвивається в процесі життя людини. Та важливо також розуміти не тільки передумови формування цього феномену, а й те які функції він виконує, зокрема регулятивну, соціалізуючу та ідентифікаційну. Це допоможе краще усвідомити сутність афіліації та глибше розкрити її як психологічне явище.

Регулятивна функція афіліації відповідає за вплив міжособистісних зв'язків на людину. Вона коригує поведінку особистості залежно від соціальних норм, очікувань або власних цінностей. Також виступає як внутрішній орієнтир, який визначає відповідну модель поведінки для конкретних ситуацій комунікації.

Соціалізуюча функція полягає у забезпеченні процесу входження особистості в соціум, формуванні навичок ефективної комунікації, побудові якісної взаємодії та підтримці уже наявних стосунків. Окрім того, вона сприяє засвоєнню соціальних ролей та патернів поведінки, що полегшує процес адаптації до соціального середовища.

Ідентифікаційна функція афіліації допомагає людині усвідомити власне «Я» через комунікацію з іншими. Завдяки соціальній взаємодії та приналежності до конкретних соціальних груп людина усвідомлює власні вподобання й межі дозволеного, розкриває нові грані свого характеру, формуючи цим власну, а також соціальну ідентичність. Це узгоджується з положеннями сучасних досліджень, у яких підкреслюється роль соціальної взаємодії та групової належності у формуванні соціальної ідентичності особистості [4].

Ще одним аспектом вивчення феномену афіліації є рівні її прояву. Вони можуть варіюватися в залежності від особистісних якостей чи від різних чинників, деякі з яких були зазначені раніше. Загалом у психології умовно виділяють два рівні афіліації: високий та низький. При високому рівні в

особистості домінує бажання приналежності до групи, емоційна відкритість та стійке бажання перебувати у соціальній взаємодії. Низький рівень афіліації характеризується слабкою мотивацією до спілкування з іншими та схильністю до соціальної ізоляції. Таким чином, рівень афіліації відображає індивідуальну вираженість потреби особистості у соціальній взаємодії та визначає характер її міжособистісної поведінки.

Підсумовуючи усе вищезазначене, афіліація є важливим соціально-психологічним явищем, яке проявляється у прагненні людини встановлювати та підтримувати міжособистісні контакти, а також у потребі відчувати прийняття, підтримку й належність до інших людей. Вона не виникає сама по собі, а формується як під впливом психосоціальних особливостей розвитку особистості, так і зовнішніх та внутрішніх чинників. Прояви афіліації можуть бути різними і відображаються у мотиваційній, емоційній, когнітивній та поведінковій сферах, які разом визначають те, як людина будує свої взаємини з оточенням. Також афіліація виконує різноманітні функції, що формують та корегують її поведінку залежно від поставленої мети взаємодії. Водночас рівень її вираженості не є сталим і може змінюватися залежно від індивідуальних психологічних особливостей та конкретних умов життя людини. Саме тому різні люди по-різному будують свої соціальні зв'язки: для одних вони є більш відкритими й насиченими, для інших — більш вибірковими та обмеженими.

## **1.2 Взаємозв'язок базових потреб особистості з афіліацією**

Базові потреби виступають однією з найактуальніших тем досліджень у сучасній психології, оскільки вони є одним із фундаментальних чинників, що впливають на життя людини. Це зумовлено бажанням зрозуміти, що саме спонукає нас до виконання тих чи інших дій. Вивчення базових потреб особистості дає змогу краще зрозуміти закономірності психіки, зумовленість вибору способів пристосування до різних життєвих умов та мотивацію вчинків людини. Аналіз цієї проблематики є важливим для розкриття передумов активності особистості та визначення того, що сприяє її повноцінному розвитку й психологічному благополуччю.

Потреби супроводжують людину протягом усього життєвого шляху, змінюючись, ускладнюючись та набуваючи нових форм залежно від вікових, соціальних і психологічних особливостей. У сучасній психології базові потреби розглядаються як універсальні психологічні умови, необхідні для розвитку, функціонування та психологічного благополуччя особистості [24, с. 84-123]. Їхня роль полягає у виконанні функції внутрішнього орієнтира, що веде особистість до розвитку та адаптації. Саме вони спонукають людину до пошуку способів задовольнити власні запити, визначають вибір цілей та спрямовують поведінку на досягнення бажаного результату.

Система базових потреб не є простою чи однорідною, оскільки вона включає різні за змістом, значенням та способом прояву компоненти. Також важливо зазначити, що складові базових потреб відрізняються залежно від психологічних підходів, що досліджували та описували у своїх працях це явище.

Підхід до психічного благополуччя К. Ріфф не виокремлює конкретні потреби, але зазначає шість складових психічного благополуччя, таких як: самоприйняття, позитивні стосунки з іншими, автономія, управління оточенням, ціль у житті, особистісне зростання [21]. Наведені компоненти відображають різні сторони того, як людина функціонує в житті та взаємодіє з оточенням. Таким чином, цей підхід навіть без зазначення базових потреб розглядає психічне благополуччя як наслідок задоволення конкретних чинників.

Теорія самодетермінації Е. Десі та Р. Раяна є складовою одного з сучасних мотиваційних підходів та пояснює поведінку людини через задоволення її базових потреб [20]. У межах цієї теорії автори виділяють три основні потреби, такі як: автономія (ініціатива), компетентність (майстерність), пов'язаність (стосунки). Цей підхід визначає автономію як можливість самостійно приймати рішення, компетентність — як потребу відчувати ефективність власної діяльності, а пов'язаність — як потребу у взаємозв'язку з іншими [12]. Задоволення зазначених потреб сприяє розвитку внутрішньої мотивації та психічному благополуччю людини. Натомість тривале незадоволення може супроводжуватися емоційним виснаженням і труднощами соціальної адаптації.

Отже, за теорією самодетермінації, людина може розвиватися гармонійно і підтримувати свій психічний стан у нормі тільки за умови задоволення зазначених базових потреб.

Серед численних підходів особливе місце посідає концепція А. Маслоу, на ключові положення якої спирається багато науковців [14]. Його підхід слугує основою для розуміння мотивації та базових потреб особистості. Він визначив, що задоволення базових потреб має чітку ієрархічну структуру, за якою нижчі рівні мають пріоритет над вищими та зумовлюють розвиток особистості. Якщо особистість ігнорує будь-яку з базових потреб, вона не зможе задовольнити ті, що стоять вище в ієрархії.

На першому рівні знаходяться фізіологічні потреби, які включають дихання, воду, їжу, сон, секс та інші. Ці потреби є найважливішими для виживання людини, тому їхнє незадоволення суттєво обмежує життєдіяльність. Лише коли фізіологічні потреби особистості у нормі, вона може спрямовувати свою увагу на інші сфери життя.

Другий рівень Маслоу виділив для потреби в безпеці. До цієї потреби відносять прагнення до стабільності, передбачуваності умов, можливість прогнозувати майбутнє та відсутність загроз. Також потреба в безпеці співвідноситься з фундаментальним інстинктом самозбереження.

Третій рівень охоплює соціальні потреби. Серед них виділяють прагнення до міжособистісних зв'язків, створення дружніх стосунків, побудову сім'ї. Саме цей рівень безпосередньо пов'язаний із соціальною взаємодією, що є важливим для психологічного комфорту.

Потреба в повазі розташована на четвертому рівні. Вона проявляється не тільки в прагненні до поваги з боку оточуючих, а й в прагненні до самоповаги та впевненості у власних силах. На цьому рівні також зазначають потребу у визнанні власних досягнень та статусу. Задоволення цих потреб сприяє розвитку впевненості в собі, відчуттю власної значущості та соціальної цінності.

Найвищий рівень в ієрархії займає потреба у самовираженні. Він передбачає прагнення людини до реалізації власного потенціалу, здібностей та

бажання духовного розвитку. На цьому етапі поведінка людини стає більш внутрішньо мотивованою і спрямованою на саморозвиток, творчість та пошук життєвого сенсу.

Водночас у своїх пізніших працях А. Маслоу наголошував, що структура не завжди залишається стабільною та послідовною, адже в реальному житті різні рівні потреб можуть проявлятися одночасно залежно від умов [15]. Це підтвердив у своїх дослідженнях С. Кауфман, який переосмислив ієрархію потреб, зазначивши, що розвиток особистості – більш гнучкий процес, у межах якого самоактуалізація може відбуватися паралельно із задоволенням інших потреб [3]. Сучасні автори також звертають увагу на те, що класичне зображення теорії Маслоу у формі піраміди спрощує її зміст, оскільки потреби особистості можуть змінюватися та проявлятися залежно від життєвих обставин [25].

Задоволення базових потреб не відбувається безпосередньо, а опосередковується мотиваційною сферою особистості. Спираючись на підхід К. Левіна, мотивацію можна трактувати як сукупність сил, що діють на особистість у певний момент часу і визначають її поведінку в психологічному полі взаємодії індивіда та середовища [13].

Розподіл видів мотивів та їхня роль у врегулюванні поведінки людини детально розглядаються в сучасній мотиваційній психології. Зокрема, у межах підходу Г. та Дж. Гекхаузенів мотиваційна сфера особистості інтерпретується як полімотивована система, що включає різні групи мотивів [17]. Дана концепція розглядає мотивацію як процес вибору та активізацію певного мотиву серед кількох можливих, що визначає конкретний напрям поведінки індивіда. У межах цієї структури виділяють кілька основних груп мотивів, серед яких мотив досягнення, мотив уникнення невдачі, пізнавальні та соціальні мотиви. Соціальні мотиви, своєю чергою, охоплюють потребу у взаємодії з іншими людьми, підтриманні соціальних контактів і відчутті включеності в групу, що безпосередньо співвідноситься з мотивом афіліації. Важливо зазначити, що мотиви можуть відрізнятися за своєю спрямованістю, інтенсивністю та ступенем актуальності залежно від наявних умов і внутрішніх потреб особистості.

Натомість Дж. Рів у своїх працях розподілив мотиви на внутрішню мотивацію як діяльність, що ґрунтується на інтересі та задоволенні від самого процесу, а також зовнішню мотивацію, яка зумовлюється соціальними та ситуативними чинниками [18]. У реальному житті зовнішні й внутрішні мотиви рідко існують окремо один від одного, зазвичай виконуючи свої функції паралельно. Як зазначає у своїй статті Н. Г. Іванова, поведінка людини часто зумовлюється кількома мотивами одночасно, серед яких провідними стають ті, що забезпечують актуальні потреби особистості [2]. Зовнішні мотиваційні чинники з часом можуть трансформуватися у внутрішню мотивацію, тоді як внутрішні мотиваційні чинники нерідко реалізуються через діяльність, пов'язану із соціальними формами активності. Саме поєднання або зміна цих мотивів значною мірою визначають напрямок поведінки людини та способи задоволення нею базових потреб.

У контексті мотиваційної сфери особливого значення набуває аналіз взаємозв'язку базових потреб із соціально-психологічними мотивами особистості, зокрема афіліацією, яка може виступати одним із чинників їхнього задоволення. Зв'язок афіліації з базовими потребами можна розглядати через їхню соціальну природу. У наведених теоретичних підходах зазначається, що значна частина базових потреб пов'язана зі сферою міжособистісної взаємодії, оскільки людина потребує контакту та співпраці з іншими для повноцінного функціонування й розвитку.

Афіліація виступає як внутрішній мотив, що спонукає людину встановлювати, підтримувати й поглиблювати міжособистісні зв'язки для задоволення своїх потреб. Реалізація цього мотиву сприяє покращенню рівня психологічного комфорту, що узгоджується із сучасними дослідженнями суб'єктивного благополуччя, у яких позитивні соціальні зв'язки розглядаються як один із його провідних чинників [8]. Високий рівень психологічного комфорту може позитивно впливати на активізацію особистості щодо задоволення певних категорій потреб, натомість виражений дефіцит може призводити до ускладнення процесу задоволення базових потреб.

Водночас ступінь впливу афіліації на задоволення базових потреб не є сталим і може змінюватися залежно від поточного етапу життя людини. Важливість афіліації може змінюватися, однак вона все ще залишається необхідним чинником ефективного функціонування особистості, адже задоволення базових потреб значною мірою залежить від якості соціальних контактів. Особливо виразно це проявляється у структурі окремих базових потреб.

Так, у межах потреби в безпеці мотив афіліації відіграє значну роль, оскільки наявність стійких соціальних зв'язків знижує відчуття загрози та невизначеності. Взаємодія з іншими людьми створює відчуття захищеності та довіри до соціального середовища, що сприяє стабільнішому розвитку індивіда. У свою чергу, психологічна безпека є важливою умовою емоційної рівноваги та адаптації особистості [5].

Не менш важливим є вплив афіліації й на задоволення соціально-емоційних потреб. Прагнення бути частиною групи, відчувати прийняття та включеність у соціальне середовище формує стійку мотиваційну основу для підтримання міжособистісних контактів. Отже, у цьому випадку афіліація виступає не лише як мотив поведінки, а й як психологічний механізм інтеграції особистості в соціальну систему.

Важливо також зазначити, що ступінь вираженості афіліативного мотиву може відрізнятися залежно від індивідуально-психологічних особливостей особистості. Для одних людей міжособистісні контакти виступають провідним ресурсом підтримки, емоційної рівноваги та задоволення базових потреб, тоді як для інших їх значущість може бути менш вираженою. Однак незалежно від рівня потреби у спілкуванні, соціальне середовище залишається важливим чинником психологічного функціонування людини.

Особливого значення афіліація набуває у періоди життєвих труднощів, невизначеності або підвищеного стресу, коли потреба у підтримці, прийнятті та відчутті належності суттєво зростає. У таких умовах наявність стабільних міжособистісних зв'язків може сприяти зниженню емоційного напруження та

мобілізації внутрішніх ресурсів особистості. Це свідчить про те, що афіліація виконує не лише соціальну, а й адаптаційну функцію, сприяючи ефективнішому задоволенню базових потреб людини.

Таким чином, підсумовуючи усе вищезазначене, базові потреби особистості визначають її поведінкову активність, спрямованість розвитку й особливості взаємодії з навколишнім середовищем. Розглянуті теоретичні підходи свідчать, що структура базових потреб є багатогранною та не завжди відповідає чіткій ієрархії, а їхнє задоволення значною мірою залежить від індивідуальних особливостей особистості та умов соціального середовища. Реалізація базових потреб опосередковується системою мотиваційних чинників, серед яких особливе місце посідають як внутрішні, так і зовнішні мотиви.

Базові потреби виступають фундаментальною основою життєдіяльності особистості, тоді як афіліація є важливим внутрішнім соціально-психологічним мотивом, що забезпечує формування, підтримання та розвиток міжособистісних зв'язків. Водночас її роль у системі базових потреб не є прямою, оскільки вона виступає насамперед мотиваційним чинником, який опосередковує їхню реалізацію через соціальну взаємодію.

Отже, зв'язок між базовими потребами та афіліацією проявляється у взаємодії мотиваційної та потребової сфери особистості, де афіліація виконує функцію механізму, що забезпечує соціальну реалізацію частини базових потреб людини.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ АФІЛІАЦІЇ В ДОСЯГНЕННІ БАЗОВИХ ПОТРЕБ

#### 2.1. Опис програми та процедури дослідження

Вивчення афіліації в системі базових потреб залишається актуальним і сьогодні, що підтверджує доцільність обраної теми емпіричного дослідження. Теоретичний аналіз проблеми, здійснений у першому розділі, дозволив встановити, що афіліація у психологічній науці може розглядатися як самостійна соціальна потреба особистості, а також як мотиваційний чинник, що сприяє досягненню інших базових потреб [7; 17]. У контексті даного дослідження доцільним є розгляд афіліації саме як мотиваційного чинника, який впливає на особливості реалізації базових потреб особистості.

Метою емпіричного дослідження є виявлення ролі афіліації в мотивації досягнення базових потреб та встановлення взаємозв'язку між типами афіліативної мотивації й переважаючими базовими потребами особистості.

Відповідно до поставленої мети було визначено такі завдання:

- здійснити діагностику особливостей мотивації афіліації в учасників за методикою А. Мехрабіана (адаптація М. Магомед-Емінова);
- визначити рівень задоволення базових потреб особистості за допомогою авторського опитувальника;
- проаналізувати та обчислити показники методик;
- зіставити типи афіліативної мотивації з показниками авторського опитувальника;
- сформулювати психологічні висновки щодо ролі афіліації в мотивації досягнення базових потреб та особливостей їх взаємозв'язку.

До дослідження було залучено 25 респондентів – студентів Луцького національного технічного університету, з другого по четвертий курс. Віковий діапазон респондентів становив від 17 до 22 років, що відповідає періоду юності та ранньої дорослості [9]. Конкретно цей період характеризується активним формуванням соціальних зв'язків, системи цінностей і особистісних потреб, що робить вибірку релевантною [23].

Основним методом збору інформації було психодіагностичне опитування. Перед початком опитування респондентам було повідомлено про мету дослідження, пояснено завдання.

Дослідження проводилося у декілька етапів. Перший етап був підготовчим, у межах якого було здійснювався підбір методик, формування вибірки та проведено перевірку інструментарію на придатність до використання.

На другому, польовому, етапі проводилося опитування респондентів згідно з обраними методиками. Учасникам дослідження було надано необхідні інструкції, гарантовано добровільність участі, анонімність та конфіденційність відповідей.

Заключним був аналітичний етап, що включав обробку отриманої інформації, систематизацію результатів, підготовку даних до подальшого аналізу, формулювання висновків.

Для реалізації поставленої мети було використано комплекс психодіагностичних методик. Зокрема, застосовано методику діагностики мотивації афіліації, запроваджену А. Мехрабіаном (модифіковану М. Магомед-Еміновим). Вона дозволяє визначити ступінь вираженості двох стійких мотиваційних тенденцій. Один із мотивів – це прагнення до прийняття (ПП) – потреба у дружбі, теплоті, схваленні та створенні близьких стосунків. А другий мотив – страх перед відторгненням (СВ) – боязнь бути знехтуваним, незрозумілим, самотнім або засудженим колективом.

Тест складається із 2 шкал: прагнення до прийняття (30 запитань) і страху відкидання (32 запитання). Щоб оцінити ступінь своєї згоди або незгоди, респонденту пропонується ознайомитися з кожним твердженням опитувальника та обрати варіант відповіді відповідно до наведеної шкали. Після проходження опитувальника здійснюється підрахунок сумарного бала показників за кожною шкалою, відповідно до ключа.

Окрім цього, було використано авторський опитувальник на тему «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості», який був розроблений відповідно до мети та завдань даного дослідження. Його застосування

спрямоване на виявлення особливостей задоволення базових потреб та визначення домінантного блоку потреб за рівнем задоволення у кожного респондента.

Структура опитувальника охоплює три основні блоки потреб (по 7 запитань): фізіологічні потреби, потребу у безпеці та соціально-емоційні потреби. Респондентам пропонувалося ознайомитися з кожним твердженням та оцінити ступінь своєї згоди з ним за п'ятибальною шкалою, де 1 бал означав критичну незгоду, а 5 балів – повну згоду. Після завершення опитування здійснювався підрахунок сумарних балів за кожним блоком потреб.

Для обробки емпіричних даних застосовувалися методи кількісного та якісного аналізу. Зокрема, використовувався метод відсоткового співвідношення, який дозволив визначити частку респондентів із різними домінуючими базовими потребами та типами мотивації афіліації. З метою виявлення особливостей взаємозв'язку між показниками авторського опитувальника та результатами методики МАФ було застосовано перехресний аналіз даних, що дав змогу зіставити домінуючі базові потреби з типами мотивації афіліації респондентів.

Для наочного представлення результатів застосовувалися таблиці та діаграми. Крім того, використовувалися методи систематизації, узагальнення та інтерпретації результатів дослідження.

## **2.2 Кількісний та якісний аналіз результатів.**

Після проведення емпіричного дослідження та збору необхідних даних було здійснено їх подальшу обробку й систематизацію. Кількісний та якісний аналіз результатів дослідження є важливим етапом емпіричної частини роботи, оскільки дозволяє не лише систематизувати отримані дані, а й виявити психологічні закономірності у структурі мотиваційно-потребової сфери особистості. У межах даного дослідження аналіз був спрямований на визначення типу мотивації афіліації респондентів, а також домінуючих базових потреб за рівнем задоволення. Окрім цього, здійснювалося зіставлення отриманих

показників з метою виявлення особливостей взаємозв'язку між типами афіліативної мотивації та структурою задоволення базових потреб.

Аналіз проходив у два послідовні етапи. На першому етапі здійснювалася обробка даних кожної методики окремо, зокрема визначення домінуючих показників. Завершальним етапом дослідження був порівняльний аналіз результатів, здійснений із використанням методу відсоткового співвідношення, що дозволило зіставити домінуючі базові потреби респондентів із типами мотивації афіліації та визначити особливості їхнього розподілу у досліджуваній вибірці.

Аналіз результатів дослідження доцільно розпочати з показників методики мотивації афіліації А. Мехрабіана (в адаптації М. Ш. Магомед-Емінова). Використання даної методики було корисним у межах дослідження, адже вона дала змогу виявити тип мотивації афіліації, що безпосередньо пов'язаний з досягненням базових потреб. На основі показників прагнення до прийняття (ПП) та страху відторгнення (СВ) було виділено чотири основні типи мотиву афіліації:  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ,  $\uparrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ,  $\downarrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ та  $\downarrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ. Символом  $\uparrow$  позначено високий рівень показника, а символом  $\downarrow$  — низький рівень. Отримані дані подано в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

*Розподіл респондентів за типом мотивації афіліації (n = 25)*

Тип мотивації афіліації	Опис	К-сть	% від вибірки
$\uparrow$ ПП + $\uparrow$ СВ	Виражена потреба в контакті + тривожність відторгнення	7	28%
$\uparrow$ ПП + $\downarrow$ СВ	Активність у спілкуванні без страху відторгнення	5	20%
$\downarrow$ ПП + $\uparrow$ СВ	Соціальна стриманість + тривожність	6	24%
$\downarrow$ ПП + $\downarrow$ СВ	Знижена афіліативна мотивація	7	28%

Отримані дані свідчать про відносно рівномірний розподіл респондентів між типами мотивації афіліації, однак із певними домінуючими тенденціями, що видно з таблиці 2.1. Найчисленнішими виявилися дві групи: поєднання  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ – 7 осіб (28%), а також поєднання  $\downarrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ – 7 осіб (28%). Одна з

найчисленніших груп (поєднання високого рівня ПП та високого рівня СВ) характеризується вираженою соціальною спрямованістю у поєднанні з високим рівнем страху перед можливим відторгненням. Тоді як друга найчисленніша група (поєднання низького рівня ПП та низького рівня СВ) демонструє знижену мотивацію афіліації та меншу залежність від соціальних контактів.

Натомість група з  $\downarrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ – 6 осіб (24%) відображає доволі суперечливий тип мотивації. Для таких респондентів характерним є зниження потреби у соціальній взаємодії при одночасно високому рівні страху щодо можливості бути неприйнятим соціумом. Це може свідчити про обережність у спілкуванні з іншими людьми, коли людина не надто бажає активно встановлювати соціальні контакти, але водночас може відчувати напруження або тривожність у ситуаціях міжособистісної взаємодії.

Група з  $\uparrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ – 5 осіб (20%) свідчить, що у частини респондентів наявний більш адаптивний тип мотивації, який характеризується активною орієнтацією на міжособистісні контакти, але вже без вираженої тривожності щодо соціального відкидання. Такий тип можна охарактеризувати як психологічно стабільний у контексті соціальної взаємодії, оскільки він поєднує потребу у спілкуванні з внутрішньою впевненістю [18].

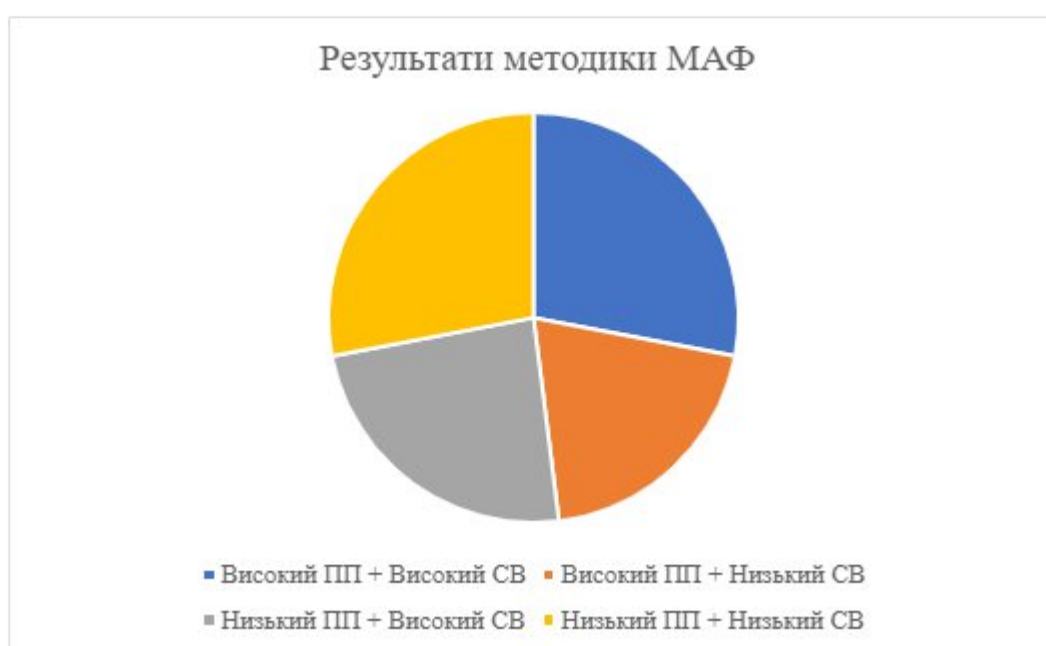


Рис. 2.1 Результати за методикою МАФ

Загалом аналіз даних показав чітко виражену варіативність типів мотиву афіліації, оскільки всі визначені типи МАФ були представлені у вибірці в майже однаковому відсотковому співвідношенні — від 20% до 28%. Однак також аналіз показав однакову схильність респондентів до одного з двох протилежних полюсів:  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ та  $\downarrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ, як це видно з рисунка 2.1. Це може бути пов'язано з віковими особливостями вибірки, специфікою соціального середовища, а також індивідуальними відмінностями у потребі в міжособистісній взаємодії [20; 23].

Таким чином, спираючись на представлений розподіл із фактичним домінуванням саме двох типів мотивів, можна зробити припущення про відсутність єдиного сталого варіанта реалізації мотиву афіліації. Також аналіз даних свідчить про різноманітність афіліативних тенденцій, де поряд із вираженою потребою у соціальних зв'язках існує значна частка осіб із низькою соціальною залежністю та різним рівнем емоційної чутливості до міжособистісної взаємодії. Для частини респондентів соціальна взаємодія та емоційне прийняття можуть виступати важливим джерелом внутрішньої підтримки, психологічного комфорту, тоді як для іншої частини більш характерною є орієнтація на автономність і менша залежність від схвалення оточення.

Аналіз результатів авторського опитувальника «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості» дозволив визначити домінуючий за рівнем задоволення базових потреб блок. В основу аналізу було покладено визначення домінуючого блоку за рівнем задоволення для кожного респондента, враховуючи сумарний бал за кожною шкалою: задоволення фізіологічних потреб, задоволення потреби у безпеці та задоволення соціально-емоційних потреб. Отримані дані подано в таблиці 2.2.

*Таблиця 2.2*

*Розподіл респондентів за домінуючим блоком задоволення базових потреб (n = 25)*

Домінуючий блок задоволення базових потреб	К-сть	% від вибірки
Задоволення фізіологічних потреб	5	20%
Задоволення потреби у безпеці	3	12%
Задоволення соціально-емоційних потреб	17	68%

Отримані результати, які вказані у таблиці 2.2, свідчать про виражену перевагу соціально-емоційного блоку у структурі задоволення базових потреб вибірки. Зокрема, у 17 осіб (68%) за рівнем задоволення саме соціально-емоційні потреби виступають домінуючими. Це вказує на те, що для більшості респондентів провідне значення має задоволення потреб у спілкуванні, прийнятті, емоційній підтримці та належності до соціальної групи. Виявлена тенденція є характерною для даної вибірки, оскільки саме в цей період відбувається активне формування соціальної ідентичності та розширення кола соціальних контактів, що підсилює значущість соціально-емоційної сфери [23].

Другим за частотою є фізіологічний блок потреб, який домінує у 5 осіб (20%) респондентів. Це може свідчити про те, що для частини вибірки найбільш актуальними залишаються потреби, пов'язані з фізичним комфортом, режимом життя, відпочинком та загальним самопочуттям, які, згідно з ієрархією потреб А. Маслоу, належать до основного рівня базових потреб [14].

Найменш вираженим виявився показник задоволення потреби у безпеці у 3 осіб (12%). Це означає, що лише незначна частина респондентів фокусується на потребі в стабільності, захищеності та передбачуваності середовища. Подібний результат може пояснюватися віковими особливостями вибірки [9; 23]. Але водночас дуже важливо при траткуванні даних враховувати вплив сучасного соціального контексту. Зокрема, свій внесок у реалізацію цієї потреби вносять умови воєнного стану, які можуть змінювати значущість потреби у безпеці та впливати на суб'єктивне сприйняття її задоволення. Це пов'язано з тим, що в умовах воєнного стану зростає рівень хронічної тривожності та невизначеності, порушується відчуття стабільності й контрольованості життєвих обставин, що безпосередньо знижує суб'єктивне відчуття захищеності та

безпеки в повсякденному житті. Для отримання більш релевантних даних щодо цього блоку потреб доцільним є проведення дослідження у більш стабільних та передбачуваних соціальних умовах, які мінімізують вплив зовнішніх кризових чинників.



Рис. 2.2 Результати авторського опитувальника

Загалом отриманий розподіл домінуючих за рівнем задоволення базових потреб свідчить про переважання блоку соціально-емоційних потреб, як зображено на рисунку 2.2. Це може вказувати на те, що саме соціальна взаємодія та емоційна включеність виступають ключовими чинниками регуляції поведінки та психологічного благополуччя у досліджуваній вибірці.

Таким чином, результати авторського опитувальника демонструють, що структура задоволення базових потреб студентів є зміщеною у бік соціально-емоційного компонента, що створює підґрунтя для подальшого аналізу зв'язку між домінуючими блоками потреб респондентів та їхніми типами мотивації афіліації, визначеними за методикою МАФ.

Таблиця 2.3

*Перехресний розподіл домінуючих базових потреб і типів афіліативної мотивації, кількість осіб (%), (n = 25)*

Домінуючі базові потреби \ Типи МАФ	↑ПП + ↑СВ	↑ПП + ↓СВ	↓ПП + ↑СВ	↓ПП + ↓СВ	Разом
-------------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------

<b>Фізіологічні потреби</b>	1 (4%)	1 (4%)	2 (8%)	1 (4%)	5 (20%)
<b>Потреба у безпеці</b>	0 (0%)	1 (4%)	1 (4%)	1 (4%)	3 (12%)
<b>Соціально-емоційні потреби</b>	6 (24%)	3 (12%)	3 (12%)	5 (20%)	17 (68%)
<b>Разом</b>	7 (28%)	5 (20%)	6 (24%)	7 (28%)	25 (100%)

Отримані результати емпіричного дослідження, які наведені у таблиці 2.3, дозволяють проаналізувати співвідношення між типами мотивації афіліації (за методикою МАФ) та домінуючими базовими потребами, визначеними за авторським опитувальником «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості». Узагальнений аналіз показує наявність впливу мотиваційних типів на досягнення конкретних потреб, що все ж дає змогу розглядати афіліацію як мотиваційний чинник задоволення окремих видів базових потреб особистості.

Отримані результати показали, що найбільш виражений зв'язок між мотивацією афіліації та рівнем задоволення базових потреб простежується у соціально-емоційній сфері. Водночас досягнення фізіологічних потреб та потреби у безпеці продемонстрували менш виражений зв'язок із типами МАФ. Це дозволяє припустити, що роль афіліації в мотивації досягнення базових потреб залежить від сутності самої потреби та рівня її зв'язку із міжособистісною взаємодією.

Найчисельнішою групою виявився тип мотивації афіліації з  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ, який був представлений у 7 респондентів (28%). Серед представників цього типу у 6 осіб (24% від загальної вибірки) за рівнем задоволення домінували саме соціально-емоційні потреби, тоді як фізіологічні потреби були провідними лише у 1 особи (4%), а потреба у безпеці взагалі не виявилася домінуючою. Подібний розподіл учасників цього типу може свідчити про те, що потреба в міжособистісних контактах, підтримці, прийнятті та позитивному ставленні з боку оточення можуть виступати важливими чинником задоволення тільки певних базових потреб.

Водночас високий рівень страху відкидання свідчить про те, що процес досягнення цих потреб може супроводжуватися внутрішнім напруженням, тривожністю та підвищеною чутливістю до оцінки з боку оточення. Це означає, що афіліація у межах даного типу має подвійне значення: з одного боку, вона виступає потужним мотивом задоволення, а з іншого — може ускладнювати реалізацію цих потреб через страх неприйняття або втрати соціального схвалення.

Подібні результати дозволяють припустити, що для осіб із типом  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ досягнення соціально-емоційних потреб набуває особливої значущості саме через високу залежність цих потреб від міжособистісної взаємодії. Такі респонденти можуть сильніше орієнтуватися на підтримку, емоційне схвалення та прийняття з боку інших людей, а тому афіліація стає основним чинником реалізації базових потреб, пов'язаних із соціальною сферою.

Окремої уваги заслуговує тип  $\downarrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ, який також був представлений у 7 респондентів (28%). Серед них у 5 осіб (20%) домінувало задоволення соціально-емоційних потреб, у 1 особи (4%) — фізіологічних потреб. А ще, на відміну від попереднього, у межах цього типу мотивації афіліації у 1 особи (4%) домінувала потреба у безпеці.

Незважаючи на низьку значущість для даного типу міжособистісної взаємодії, більшість респондентів продемонстрували домінування соціально-емоційних потреб. Відсутність високого прагнення до прийняття може свідчити про меншу залежність від соціального схвалення та більш автономний характер реалізації соціально-емоційних потреб. У такому випадку афіліація не виступає центральним мотиваційним чинником поведінки, однак все одно залишається пов'язаною із соціальною сферою життя особистості.

Водночас це може означати не тільки те, що афіліація не відіграє ніякої ролі у досягненні даного блоку потреб, а й те, що їхнє досягнення не завжди прямо залежить від ступеня вираженості афіліативної мотивації. Для частини респондентів потреби у підтримці, прийнятті чи емоційному комфорті можуть

також задовольнятися з допомогою афіліації як мотиваційного чинника але через обмежене коло близьких контактів або менш інтенсивну соціальну взаємодію.

Другим за чисельністю є тип  $\downarrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ, який був представлений у 6 респондентів (24%). Серед них у 3 осіб (12%) домінували соціально-емоційні потреби, у 2 осіб (8%) — фізіологічні потреби, а у 1 особи (4%) — потреба у безпеці. Як зазначалось в аналізі методики МАФ, поєднання низького прагнення до прийняття та високого страху відкидання може свідчити про суперечливий характер мотивації афіліації.

Той факт, що у половини представників цього типу за рівнем задоволення домінують саме соціально-емоційні потреби, може вказувати на те, що соціальні потреби залишаються важливими навіть за відсутності активного прагнення до соціальної взаємодії. У такому випадку афіліація може реалізовувати досягнення цієї потреби більш пасивно, через очікування підтримки, уникнення негативного оцінювання або підвищену залежність від емоційного ставлення інших людей.

Наявність у межах цього типу мотивації афіліації домінування фізіологічних потреб та потреби у безпеці в деяких учасників може свідчити про те, що страх відкидання не завжди прямо спрямовує мотивацію особистості на соціальну сферу. Для частини респондентів внутрішня тривожність та невпевненість можуть зумовлювати орієнтацію на досягнення більш біологічно зумовлених та стабільних базових потреб.

Тип  $\uparrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ був представлений у 5 респондентів (20%). Серед них у 3 осіб (12%) домінували соціально-емоційні потреби, у 1 особи (4%) — фізіологічні потреби, а ще у 1 особи (4%) — потреба у безпеці. Для респондентів із цим типом мотивації афіліації міжособистісні контакти можуть виступати важливим джерелом досягнення базових потреб, особливо соціально-емоційних, без вираженого внутрішнього напруження чи страху негативної оцінки. Це базується на домінуванні соціально-емоційних потреб у більшості представників цього типу та дозволяє припустити, що афіліація у даному випадку виконує виключно позитивну мотиваційну функцію. Прагнення до встановлення соціальних контактів, отримання підтримки та емоційного прийняття може

сприяти більш відкритій соціальній взаємодії та активному залученню до міжособистісного спілкування.

Водночас наявність окремих випадків домінування фізіологічних потреб та потреби у безпеці свідчить про те, що навіть настільки адаптивний тип мотивації афіліації не визначає однозначно напрям реалізації базових потреб. Це може вказувати на складний та багатофакторний характер мотиваційної сфери особистості, у межах якої афіліація є лише одним із чинників мотивації досягнення потреб.

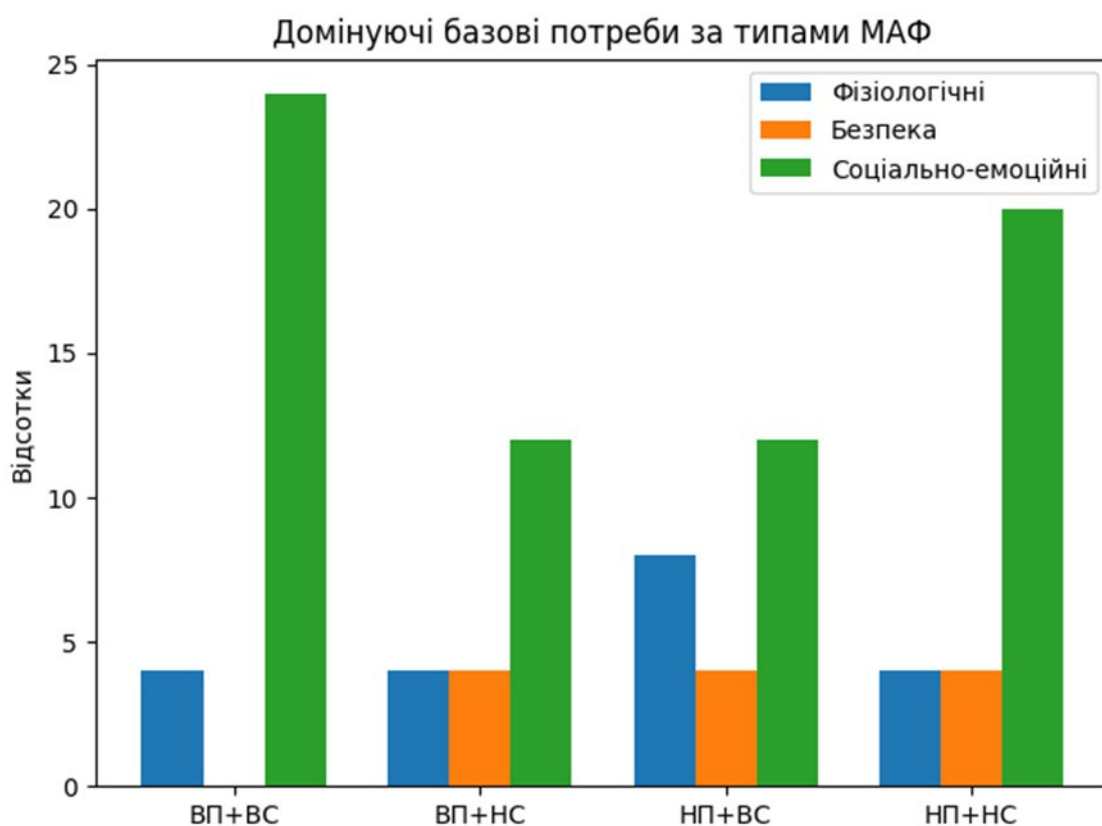


Рис. 2.3 Домінуючі базові потреби за типами МАФ

Загалом аналіз співвідношення типів мотивації афіліації та домінуючих базових потреб показав, що незалежно від типу МАФ найбільш поширеним виявилось домінування за рівнем задоволення саме соціально-емоційних потреб, що видно на рис. 2.3. Менш виражений зв'язок між типами МАФ та фізіологічними потребами й потребою у безпеці. Це може пояснюватися тим, що потреби цих блоків мають переважно біологічно зумовлений характер та меншою мірою залежать від афіліації.

Узагальнюючи результати проведеного емпіричного дослідження, можна зробити висновок про те, що афіліація виступає одним із мотиваційних чинників у процесі реалізації базових потреб особистості. Проведений аналіз дозволив виявити особливості взаємозв'язку між типами мотивації афіліації та домінуючими за рівнем досягнення базовими потребами респондентів.

За результатами методики «Мотивація афіліації (МАФ)» у межах досліджуваної вибірки спостерігається велика варіативність типів мотивації афіліації. Найбільш представленими виявилися типи  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ та  $\downarrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ, що свідчить про існування різних способів реалізації афіліативної мотивації — від вираженої потреби у соціальному прийнятті та емоційній підтримці до більш автономного й менш залежного від соціального схвалення способу взаємодії з оточенням.

Аналіз результатів авторського опитувальника «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості» продемонстрував домінування соціально-емоційних потреб у більшості респондентів. Це свідчить про високу значущість міжособистісної взаємодії, емоційного прийняття, підтримки та відчуття належності в досліджуваній вибірці. Натомість рівень задоволення інших базових потреб виражений несуттєво.

Фінальний аналіз результатів методом перехресного розподілу показав, що найбільш тісний зв'язок між афіліацією та досягненням базових потреб простежується саме у соціально-емоційній сфері. Для більшості типів МАФ характерним виявилось домінування саме цього блоку потреб, що підтверджує важливу роль афіліації у реалізації потреб, безпосередньо пов'язаних із соціальною взаємодією. Водночас особливості поєднання прагнення до прийняття та страху відкидання впливають на способи досягнення цих потреб, визначаючи рівень відкритості у спілкуванні, потребу у підтримці та чутливість до оцінки з боку інших людей. Менш виражений взаємозв'язок між типами мотивації афіліації та фізіологічними потребами може пояснюватися їхнім переважно біологічно зумовленим характером. Потреба у безпеці також не продемонструвала чіткої залежності від типів МАФ, що може бути пов'язано із

впливом зовнішніх соціальних умов та ситуативністю переживання захищеності й стабільності.

Отже, результати емпіричного дослідження підтверджують, що афіліація є важливим психологічним механізмом мотивації досягнення базових потреб особистості. Найбільш виражено її роль простежується у сфері соціально-емоційних потреб, де міжособистісна взаємодія, підтримка та соціальне прийняття виступають ключовими умовами їх реалізації

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було здійснено теоретичне та емпіричне дослідження ролі афіліації в мотивації досягнення базових потреб особистості. Актуальність теми зумовлена зростанням значення міжособистісної взаємодії у сучасному суспільстві, а також необхідністю глибшого розуміння психологічних механізмів, через які соціальні зв'язки впливають на реалізацію базових потреб людини.

Також було з'ясовано, що афіліація у психологічній науці розглядається як прагнення людини до встановлення, підтримання та збереження позитивних міжособистісних контактів [7]. Вона може виступати як окрема соціальна потреба, а також як внутрішній мотиваційний чинник, який опосередковує процес реалізації інших базових потреб через систему соціальної взаємодії [20]. Особливу роль афіліація відіграє у задоволенні соціально-емоційних потреб, потреби у підтримці, прийнятті, емоційній близькості та відчутті належності до групи. Водночас її значення може проявлятися і у сфері потреби у безпеці, оскільки стабільні соціальні зв'язки сприяють формуванню відчуття захищеності та психологічної стабільності.

У межах теоретичного аналізу було встановлено, що базові потреби виступають фундаментальною основою життєдіяльності особистості та визначають її поведінкову активність, мотиваційну спрямованість і особливості взаємодії з навколишнім середовищем [15; 20]. Розглянуті психологічні підходи дали змогу визначити, що структура базових потреб є багатогранною та залежить як від індивідуально-психологічних особливостей особистості, так і від соціального контексту [14; 20; 21]. В результаті було зроблено висновок про те, що афіліація є важливим психологічним механізмом мотивації досягнення базових потреб, однак ступінь її впливу залежить від специфіки самої потреби та особливостей соціальної взаємодії особистості.

Емпірична частина дослідження була спрямована на виявлення взаємозв'язку між типами мотивації афіліації та домінуючими базовими потребами особистості. У дослідженні взяли участь 25 респондентів віком від 17

до 22 років. Для реалізації поставленої мети було використано методику мотивації афіліації А. Мехрабіана (в адаптації М. Магомед-Емінова) та авторський опитувальник «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості».

Аналіз результатів методики МАФ показав виражену варіативність типів мотивації афіліації у межах вибірки. Найбільш представленими виявилися типи  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ та  $\downarrow$ ПП +  $\downarrow$ СВ, що свідчить про наявність як респондентів із вираженою орієнтацією на соціальне прийняття, так і осіб із меншою залежністю від міжособистісної взаємодії. Водночас результати авторського опитувальника продемонстрували домінування соціально-емоційних потреб у більшості респондентів, що підтверджує високу значущість потреб у підтримці, спілкуванні, емоційному прийнятті та належності до соціальної групи.

Основну увагу в межах дослідження було приділено перехресному аналізу типів мотивації афіліації та домінуючих базових потреб. Отримані результати показали, що найбільш тісний взаємозв'язок між афіліацією та мотивацією досягнення базових потреб простежується саме у сфері соціально-емоційних потреб. Для більшості типів МАФ характерним виявилось домінування саме цього блоку потреб, що свідчить про важливу роль міжособистісної взаємодії у структурі мотиваційної сфери особистості.

Особливо виражений зв'язок простежувався у респондентів із типом  $\uparrow$ ПП +  $\uparrow$ СВ, для яких соціально-емоційні потреби виявилися найбільш значущими. Це дозволяє припустити, що прагнення до прийняття та підтримки з боку інших людей виступає важливим мотивом досягнення потреб, пов'язаних із соціальною взаємодією. Водночас високий страх відкидання може ускладнювати процес їх реалізації через підвищену чутливість до оцінки та можливого неприйняття з боку оточення.

Менш виражений взаємозв'язок був виявлений між типами мотивації афіліації та фізіологічними потребами, що може пояснюватися їх переважно біологічно зумовленим характером. Потреба у безпеці також не

продемонструвала чіткої залежності від типів МАФ, що може бути пов'язано із ситуативністю переживання безпеки та впливом сучасних соціальних умов.

Отже, результати проведеного дослідження підтверджують, що афіліація виступає важливим мотиваційним чинником у досягненні базових потреб особистості. Найбільш виражено її роль проявляється у сфері соціально-емоційних потреб, де міжособистісна взаємодія, підтримка та соціальне прийняття виступають ключовими умовами їх реалізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вдовіченко О. В., Мартинюк Г. В. Афіліативні тенденції підлітків із багатодітних сімей. *ГАБІТУС*. 2023. Т. 8, № 53. С. 52–56.
2. Іванова Н. Г. Сутність мотиву особистості в теорії мотивації. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. №61(3). С. 20–27.
3. Кауфман С. За межами піраміди потреб. Новий погляд на самореалізацію. Київ : Лабораторія, 2023. 428 с.
4. Коваленко А. Б., Грищук Е. Ю., Шарапа С. В. Зв'язок соціальної ідентичності та соціально-психологічної адаптації в українських мігрантів. *Український психологічний журнал*. 2024. № 1 (21). С. 51–77.
5. Ковальчук З. Я., Пілецька Л. С. Психологічна безпека особистості в освітньому середовищі у форматі її психічного здоров'я. *Психологія особистості*. 2022. Т. 12, № 1. С. 49–56.
6. Колчигіна А. В. Мотивація досягнення: теоретико-методологічний аналіз. *Теорія і практика сучасної психології*. 2019. Т. 1, № 1. С. 58–61.
7. Baumeister R. F., Leary M. R. The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*. 1995. Vol. 117, no. 3. P. 497–529.
8. Diener E., Oishi S., Tay L. Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*. 2018. Vol. 2, no. 4. P. 253–260.
9. Erikson E. H. *Childhood and society*. 2nd ed. New York : W.W.Norton, 2023. 431 p.
10. Halimi S. N., Rowett D. , Luetsch K. A realist review of programs fostering the resilience of healthcare students: what works, for whom and why?. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. 2024., 21(1), P. 22–31. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2024.10.006> (date of access: 4.01.2026).
11. Holt-Lunstad. Positive Social Connection: A Key Pillar of Lifestyle Medicine. *The Journal of Family Practice*. 2022. Vol. 71, (1 Suppl Lifestyle). URL: <https://doi.org/10.12788/jfp.0245> (date of access: 10.01.2026).

12. Implicit motives and basic psychological needs / J. Schüler et al. *Journal of Personality*. 2018. Vol. 87, no. 1. P. 37–55.
13. Lewin K. Principles of Topological Psychology. New York and London : McGraw-Hill, 2016. 221 p.
14. Maslow A. H. A theory of human motivation. *Psychological Review*. 2013. Vol. 50, no. 4. P. 370–396.
15. Maslow A. H. Motivation and Personality (2nd ed.). New York: Harper & Row. 2020. 369 p.
16. Mehrabian A. An Analysis of Personality Theories. Englewood Cliffs, N.J : Prentice-Hall, 2018. 240 p.
17. Motivation and Action / ed. by J. Heckhausen, H. Heckhausen. 3rd ed. Cham : Springer, 2018. 909 p.
18. Reeve J. Understanding Motivation and Emotion. 7th ed. Hoboken : Wiley, 2018. 624 p.
19. Richey M., Gonibeed A., Ravishankar M. N. The Perils and Promises of Self-Disclosure on Social Media. *Information Systems Frontiers*. 2018. Vol. 20, no. 3. P. 425–437. URL: <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9806-7> (date of access: 3.01.2026).
20. Ryan R. M., Deci E. L. Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness. The Guilford Press, 2018. 756 p.
21. Ryff C. D. Well-Being With Soul: Science in Pursuit of Human Potential. *Perspectives on Psychological Science*. 2018. Vol. 13, no. 2. P. 242–248.
22. Sapolsky R. M. Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst. New York : Penguin Press, 2017. 790 p.
23. The age of adolescence / S. M. Sawyer et al. *The Lancet Child & Adolescent Health*. 2018. Vol. 2, no. 3. P. 223–228.
24. The Oxford Handbook of Self-Determination Theory / ed. By. Ryan R. M. Oxford : Oxford University Press, 2023. 1248 p.

25. Yu T. T. F. Sailing Away From the Pyramid: A Revised Visual Representation of Maslow's Theory Z. *Journal of Humanistic Psychology*. 2022. P. 270–290. URL: <https://doi.org/10.1177/00221678221074755> (date of access: 25.01.2026)

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Авторський опитувальник «Суб'єктивне задоволення базових потреб особистості»

Тест-опитувальник дозволяє виміряти задоволення базових потреб особистості, зокрема фізіологічних потреб, потреби у безпеці та соціально-емоційних потреб, а також загальний показник задоволеності базових потреб.

Опитувальник складається з 3 блоків, таких як:

- Задоволення фізіологічних потреб;
- Задоволення потреби у безпеці;
- Задоволення соціально-емоційних потреб.

#### Мета та завдання опитувальника:

- Опитувальник дозволяє визначити суб'єктивний рівень задоволення базових потреб особистості;
- Оцінити ступінь задоволення окремих компонентів базових потреб: фізіологічних потреб, потреби у безпеці та соціально-емоційних потреб.

**Вікові категорії:** учні середньої та старшої школи, а також студенти та дорослі.

**Інструктаж:** Перед Вами перелік тверджень щодо різних сфер життя. Ознайомтесь із кожним твердженням та оцініть ступінь своєї згоди з ним, обравши один із варіантів відповіді від 1 до 5, де 1 – категорично не погоджуюсь; 2 – частково не погоджуюсь; 3 – важко відповісти/нейтрально; 4 – частково погоджуюсь; 5 – повністю погоджуюсь.

Уважно прочитайте запитання та поставте знак « + » навпроти відповіді яка найбільш точно описує ваше ставлення до даного твердження. Відповідайте швидко, орієнтуючись на перше враження або першу відповідь, яка спала вам на думку. Саме інтуїтивні відповіді є найбільш достовірними. Відповідайте щиро, спираючись на власні відчуття.

№	Задоволення фізіологічних потреб	1	2	3	4	5
---	----------------------------------	---	---	---	---	---

1	Мені вистачає сну та відпочинку					
2	Я дотримуюсь регулярного режиму харчування					
3	Моє фізичне самопочуття у нормі і не викликає значного дискомфорту					
4	Мені вистачає сил та енергії для виконання повсякденних справ					
5	Я відчуваю, що мій організм добре відновлюється після навантажень					
6	Мої щоденні фізичні потреби зазвичай не залишаються незадоволеними					
7	Я веду достатньо активний спосіб життя					
<b>№</b>	<b>Задоволення потреби у безпеці</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Мої життєві умови є стабільними та передбачуваними					
2	Я не схильний(на) постійно контролювати можливі ризики у своєму житті					
3	У складних ситуаціях я зазвичай відчуваю, що можу справлятися з життєвими труднощами					
4	У моєму житті є достатньо визначеності, щоб я міг(могла) будувати плани на майбутнє					
5	У моєму житті загалом немає перешкод, які заважають моєму нормальному функціонуванню					
6	Я рідко стикаюся з ситуаціями, які змушують мене відчувати безпорадність					
7	У повсякденному житті я зазвичай почуваюся в безпечному середовищі					
<b>№</b>	<b>Задоволення соціально-емоційних потреб</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Я маю достатнє коло спілкування					
2	У моєму соціальному колі я зазвичай відчуваю прийняття з боку інших					
3	Я отримую від інших людей достатній рівень емоційної підтримки					
4	Я відчуваю, що мої соціальні контакти позитивно впливають на мій емоційний стан					
5	Мені важливо мати відчуття належності до певного кола людей або групи					
6	У спілкуванні з людьми я зазвичай не відчуваю напруження або дискомфорту					
7	Мені зазвичай не складно заводити нові знайомства					

**Обробка та інтерпретація результатів.** Результати опитувальника обробляються шляхом додавання балів за кожним блоком окремо. Загальний рівень задоволення базових потреб визначається як сума балів за усіма шкалами.

Отримані результати дозволяють оцінити загальний рівень задоволення базових потреб та його окремі компоненти.

На основі обчислення виділяється три рівня задоволеності потреб:

Низький рівень (0–14) – свідчить про те що, в даній сфері людина відчуває певний дефіцит або повне незадоволення потреб.

Середній рівень (15–24) – показники вказують на часткове задоволення потреб.

Високий рівень (25–30) – це означає, що потреби у цій сфері загалом задоволені, людина відчуває стабільність і благополуччя.

## Додаток Б

### Методика «Мотивація афіляції (МАФ)» розроблена А. Мехрабіаном і модифікована М.Ш. Магомед-Еміновим

Тест-опитувальник мотивації афіляції (ТМА) А. Мехрабіана (модифікований М. Ш. Магомед-Еміновим) дозволяє виміряти дві мотиваційні тенденції — прагнення до прийняття, до встановлення теплих емоційних відносин і страх (чутливість) до відкидання. Основний тип мотивації афіляції визначається поєднанням і співвідношенням цих двох мотиваційних тенденцій.

Тест складається із 2-х шкал прагнення до прийняття (30 запитань) і страху відкидання (32 запитання).

#### **Мета та завдання методики:**

- методика дозволяє оцінити, наскільки успішними будуть контакти з незнайомими людьми;

- прогнозувати поведінку при зав'язуванні нових знайомств та входженні у новий колектив;

- діагностика двох узагальнених стійких мотивів особистості, що входять до структури мотивації афіляції: прагнення до прийняття і страху відкидання, для виміру інтенсивності цих показників.

**Вікові категорії:** учні середньої та старшої школи, а також студенти і дорослі. Тест може бути використаний як для групового, так і для індивідуального дослідження.

**Інструктаж:** «Підпишіть, будь ласка, бланки відповідей. Тест складається з ряду тверджень, що стосуються окремих сторін та рис характеру, а також думок і почуттів із приводу деяких життєвих ситуацій. Щоб оцінити ступінь вашої згоди або незгоди з кожним із тверджень, використовуйте наступну шкалу (можна написати на дошці): +3 — цілком згодний; +2 — згодний; +1 — швидше згодний, ніж не згодний; 0 — нейтральний; -1 — швидше не згодний, ніж згодний; -2 — не згодний; -3 — цілком не згодний.

Прочитайте твердження тесту й оцініть ступінь своєї згоди (або незгоди). При цьому на бланку для відповідей проти номера твердження поставте значок («+» або «галочку»), що відповідає обраному вами варіанту відповіді.

№	Запитання шкали ПП	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3
1	Я легко сходжуся з людьми							
2	Коли я в розпачі, то волію бути на людях, ніж залишатися один							
3	Якби я повинен був вибирати, то zvoliv би, щоб мене вважали здібним і кмітливим, ніж товариським і дружелюбним							
4	Я маю потребу в близьких друзях менше, ніж більшість людей							
5	Я говорю людям про свої переживання скоріше часто й охоче, ніж роблю це рідко й лише в особливих випадках							
6	Від гарного фільму я одержую більше задоволення, ніж від великої компанії							
7	Мені подобається заводити якнайбільше друзів							
8	Я скоріше zvoliv би провести свій відпочинок у віддаленні від людей, ніж на жвавому курорті							
9	Я думаю, що більшість людей славу й пошану цінують вище за дружбу							
10	Я віддав би перевагу самостійній роботі, а не колективній							
11	Зайва відвертість із друзями може зашкодити							
12	Коли я зустрічаю на вулиці знайомого, я скоріше намагаюся перекинутися з ним хоча б парою слів, ніж пройти, просто привітавшись							
13	Незалежність і волю від прихильностей я ціную більше, ніж міцні дружні зв'язки							
14	Я відвідую компанії й вечірки тому, що це гарний спосіб завести друзів							
15	Якщо мені потрібно прийняти важливе рішення, то я скоріше пораджуся з друзями, ніж стану обмірковувати його один							

16	Я не довіряю занадто відкритому прояву дружніх почуттів								
17	У мене дуже багато близьких друзів								
18	Коли я перебуваю з незнайомими людьми, мені зовсім неважливо, подобаюся я їм чи ні								
19	Індивідуальні ігри й розваги мене більше цікавлять, ніж колективні								
20	Відкриті емоційні люди приваблюють мене більше, ніж серйозні, зосереджені								
21	Я скоріше прочитаю цікаву книгу або сходжу в кіно, ніж проведу час на вечірці								
22	Подорожуючи, я більше люблю спілкуватися з людьми, ніж просто насолоджуватися краєвидами або одному відвідувати визначні пам'ятки								
23	Мені легше вирішити важку проблему, коли я обмірковую її один, ніж коли обговорюю її з іншими								
24	Я вважаю, що у важких життєвих ситуаціях скоріше потрібно розраховувати тільки на свої сили, ніж сподіватися на порятунок								
25	Навіть у колективі мені важко повністю відволіктися від турбот і термінових справ								
26	Опинившись у новому місці, я швидко здобуваю широке коло знайомих								
27	Вечір, проведений за улюбленим заняттям, тішить мене більше, ніж жвава вечірка								
28	Я уникаю занадто близьких відносин із людьми, щоб не втратити особисту волю								
29	Коли в мене поганий настрій, я скоріше намагаюся не показувати своїх почуттів, ніж прагну з ким-небудь поділитися								
30	Я люблю бути в товаристві та завжди радий провести час у веселій компанії								
<b>№</b>	<b>Запитання шкали СВ</b>	<b>+3</b>	<b>+2</b>	<b>+1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	
1	Я соромлюся йти в малознайому компанію								

2	Якщо вечірка мені не подобається, я однаково не піду першим								
3	Мене б дуже зачепило, якби мій друг став би суперечити мені при сторонніх (людях)								
4	Я намагаюся менше спілкуватися з людьми критичного складу								
5	Звичайно я легко спілкуюся з незнайомими людьми								
6	Я не відмовлюся піти в гості через те, що там будуть люди, які мене не люблять								
7	Коли двоє моїх друзів сперечаються, я волію не втручатися в їхню суперечку, навіть якщо з кимось із них не згодний								
8	Якщо я попрошу когось піти із мною, і він мені відмовлять, то я не зважуся попросити його знову								
9	Я обережний у висловленні своїх думок, поки добре не пізнаю людини								
10	Якщо під час розмови я чогось не зрозумів, то краще я це пропущу, ніж перерву співбесідника й попрошу повторити								
11	Я відкрито критикую людей і очікую від них того ж								
12	Мені важко говорити людям «ні»								
13	Я все-таки можу одержати задоволення від вечірки, навіть якщо бачу, що одягнений не так, як треба								
14	Я болісно сприймаю критику на свою адресу								
15	Якщо я не подобаюся комусь, то намагаюся уникати цієї людини								
16	Я рідко соромлюся звертатися до людей за допомогою								
17	Я рідко суперечу людям з остраху їх зачепити								
18	Мені часто здається, що незнайомі люди дивляться на мене критично								

19	Щоразу, коли я йду в незнайоме товариство, я волюю брати із собою друга							
20	Я часто говорю те, що думаю, навіть якщо це неприємно співрозмовникові							
21	Я легко адаптуюся у новому колективі							
22	Часом я впевнений, що нікому не потрібний							
23	Я довго переживаю, якщо стороння людина несхвально висловила на мою адресу							
24	Я ніколи не почуваю себе самотнім у компанії							
25	Мене дуже легко зачепити, навіть якщо це не помітно з боку							
26	Після зустрічі з новою людиною мене звичайно мало хвилює, чи правильно я поведився							
27	Коли я повинен за чим-небудь звернутися до офіційної особи, я майже завжди чекаю, що мені відмовлять							
28	Коли потрібно попросити продавця показати річ, що сподобалася мені, я почуваю себе невпевнено							
29	Якщо я незадоволений тим, як поводить мій знайомий, я звичайно прямо вказую йому на це							
30	Якщо в транспорті я сиджу, мені здається, що люди дивляться на мене з докором							
31	Виявившись у незнайомій компанії, я скоріше активно включаюся в бесіду, ніж тримаюся осторонь							
32	Я соромлюся просити, щоб повернули мою книгу або якусь іншу річ, взяту в мене на деякий час							

**Обробка та інтерпретація результатів.** По кожній зі шкал підраховується сумарний бал. При цьому відповідям випробуваного на прямі пункти опитувальника (відзначені знаком «+» у ключі) приписуються бали на основі прямого співвідношення. Відповідям випробуваного на зворотні пункти опитувальника відзначені знаком «—» у ключі) приписуються бали на основі зворотного співвідношення.

**Ключ до шкали ПП:** +1, +2, -3, -4, +5, -6, +7, -8, -9, -10, -11, +12, -13, +14, +15, -16, -17, -18, -19, +20, -21, +22, -23, -24, -25, +26, -27, -28, -29, +30.

**Ключ до шкали СВ:** +1, +2, +3, +4, -5, -6, +7, +8, +9, +10, -11, +12, -13, +14, +15, -16, +17, +18, +19, -20, -21, +22, +23, -24, +25, -26, +27, +28, -29, +30, -31, +32.

На основі двох індексів ПП і СВ виділяються чотири типи мотивів. Для цього сумарні бали всієї вибірки випробуваних ранжуються як по шкалі для ПП, так і по шкалі для СВ. Далі виділяються чотири підгрупи випробуваних: високий-низький (ПП вище медіани, а СВ нижче медіани), низький-низький (ПП нижче медіани, СВ вище медіани), високий-високий (ПП вище медіани, СВ вище медіани), низький-високий (ПП нижче медіани, СВ вище медіани).