



Научно-исследовательский журнал «International Journal of Medicine and Psychology / Международный журнал медицины и психологии»

<https://ijmp.ru>

2025, Том 8, № 6 / 2025, Vol. 8, Iss. 6 <https://ijmp.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки)

УДК 159.99

¹Коренева Н.А.,
²Разуваева Т.Н.,

¹Белгородский государственный национальный исследовательский университет,

²Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова

Мотивация как процесс выбора партнера

Аннотация: статья посвящена психологическому анализу мотивации и ее роли в выборе партнера. В данной статье рассматривается мотивация, ее значение, основные виды мотивации, а также процесс, с помощью которого закрывается появившаяся потребность. Рассматриваются основные теории мотивации, которые помогают определить, как люди выбирают себе партнеров. Важную роль в понимании мотивации играют теории А. Маслоу, К. Альдерфера, Д. МакКлелланда и Ф. Герцберга, которые помогают определить уровни потребностей человека. Эти модели позволяют понять, что при выборе партнера человек руководствуется различными мотивами: эмоциональными, социальными или стремлением к успеху и власти. Мотивация влияет на формирование глубоких и гармоничных отношений, учитывая как базовые потребности, так и более высокие ценности. Далее соответствующие выводы, какая бывает мотивация, и как она влияет на личность.

Ключевые слова: мотивация, отношения, партнер, потребности, человек

Для цитирования: Коренева Н.А., Разуваева Т.Н. Мотивация как процесс выбора партнера // International Journal of Medicine and Psychology. 2025. Том 8. № 6. С. 279 – 283.

Поступила в редакцию: 22 апреля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 19 июня 2025 г.; Принята к публикации: 20 июля 2025 г.

¹Korenova N.A.,
²Razuvaeva T.N.,

¹Belgorod National Research University,

²Russian National Research Medical University named after N.I. Pirogov

Motivation as a partner selection process

Abstract: the article is devoted to the psychological analysis of motivation and its role in choosing a partner. This article examines motivation, its meaning, the main types of motivation, as well as the process by which the emerging need is closed. The main theories of motivation are considered, which help to determine how people choose their partners. The theories of A. Maslow, K. Alderfer, D. McClelland and F. Herzberg, which help to determine the levels of human needs, play an important role in understanding motivation. These models allow us to understand that when choosing a partner, a person is guided by various motives: emotional, social, or the desire for success and power. Motivation influences the formation of deep and harmonious relationships, taking into account both basic needs and higher values. Further, the corresponding conclusions, what motivation is and how it affects the personality.

Keywords: motivation, relationship, partner, needs, person

For citation: Koreneva N.A., Razuvayeva T.N. Motivation as a partner selection process. International Journal of Medicine and Psychology. 2025. 8 (6). P. 279 – 283.

The article was submitted: April 22, 2025; Approved after reviewing: June 19, 2025; Accepted for publication: July 20, 2025

Введение

Мотивация, с психологической точки зрения, означает способ человека удовлетворять свои потребности посредством какой-либо деятельности. А.Н. Леонтьев рассматривал мотивацию как систему внутренних побуждений, которая формирует смысл деятельности и определяет ее направленность [7]. Он направляет человека в сторону достижения определенных ценностей, которые удовлетворят потребности личности. Психология изучает мотивацию, чтобы понять, что движет людьми, и как внутренние мотивы влияют на их поведение и принятие решений. Мотивацию можно классифицировать в зависимости от ее направленности, устойчивости и природы. Мотивация может быть внешней или внутренней. Э. Деси и Р. Райн считали, что внутренняя мотивация основана на личных интересах, желаниях увлечениях. Человек занимается чем-либо ради самого процесса, а не для внешних наград. К такому виду относятся мечты, стремления или амбиции. Внешняя мотивация, наоборот, включает факторы, которые являются внешними мотивами, не касающимися внутреннего мира человека. Например, материальные награды, такие как премия. Также это может быть социальное признание или оправдание ожиданий других людей [2]. Как некоторые люди ищут партнера исходя из внутренней мотивации, чтобы получить удовлетворение личных желаний. Так есть и те индивидуумы, которые хотят отношений ради признания общества, чтобы не выделяться, или потому что есть определенные правила и традиции.

Ф. Герцберг в своих трудах подразделял мотивацию на положительную и отрицательную [1]. Соответственно, положительная основывается на стремлении к получению поощрений и благоприятных результатов. Люди, имеющие подобный характер мотивации, действуют, чтобы получить одобрение, успех или награду. Отрицательная же мотивация основана на желании избежать каких-либо негативных последствий. Например, критики, разочарования или нежелательных исходов. Если коснуться темы отношений, то в качестве положительной мотивации можно рассмотреть стремление к партнерству, как желание позитивных результатов, близости и поддержки. Негативной же мотивацией будет являться нежелание

остаться одному или слышать критику и шутки в свой адрес.

Концепция, предложенная Ф. Герцбергом позволяет понять, что мотивация может быть разной по степени устойчивости и зависит от множества факторов [4]. Мотивация может быть устойчивой и, соответственно, неустойчивой. Разница в том, что устойчивую мотивацию не нужно подкреплять никакими факторами. Это естественные физиологические нужды. Например, утоление голода или жажды. Неустойчивая мотивация требует постоянной поддержки. Людям необходимо помнить, зачем они идут к поставленной цели. Примером может служить похудение или откладывание денег на определенные нужды. Отношения же можно отнести к неустойчивой мотивации, так как человеку необходимо напоминание об этой нужде.

Данные виды мотивации обычно взаимосвязаны, дополняют друг друга. Например, человек может иметь устойчивую положительную внутреннюю мотивацию. Пить чаще воду, чтобы утолять жажду и поддерживать здоровье организма.

Материалы и методы исследований

В рамках данного теоретического исследования использовались методы анализа, обобщения и систематизации научной литературы по психологии мотивации, включая труды отечественных (А.Н. Леонтьев, В.И. Ковалёв, Е.П. Ильин) и зарубежных авторов (Ф. Герцберг, А. Маслоу, Д. МакКлелланд, Э. Деси и Р. Райн). Особое внимание уделено сравнительному анализу ключевых теорий мотивации в контексте межличностных отношений. Теоретическая база формировалась на основе междисциплинарного подхода, охватывающего психологические, социокультурные и поведенческие аспекты мотивации при выборе партнёра. Отдельное внимание уделено классификациям мотивации, её видам и устойчивости, а также влиянию потребностей различного уровня на процесс принятия решений в сфере личных отношений.

Результаты и обсуждения

Помимо этапов процесса мотивации, существует также несколько теорий мотиваций, которые помогают определить потребности людей. Первой можно рассмотреть теорию потребностей по пирамиде А. Маслоу [8]. Он разработал иерархию человеческих потребностей, в которой расположил их в порядке важности, начиная от самых базовых и заканчивая более высокими: физиологи-

ческие потребности, потребность в безопасности, важности, принадлежность, в уважении и признании и в самовыражении. Эта модель может быть полезна для понимания мотивации людей при выборе партнера.

На нижнем уровне находятся базовые физиологические потребности. При выборе партнера данные нужды могут проявляться в поиске стабильности и комфортным условиям жизни. Чуть выше находится эмоциональная и физическая безопасность. Это значит, что партнер должен быть надежным, способным обеспечить безопасную остановку. Наличие стабильных отношений и уважение к личному пространству также играют большую роль. Следующая стадия принадлежности, которую также можно обозначить как социальная потребность. На этом уровне находится потребность в любви и принадлежности. Это является одной из основных мотиваций при выборе партнера, так как люди стремятся к созданию эмоциональных связей, социальной интеграции, а также к получению поддержки и заботы. Следующая ступень – потребность в уважении. На этом уровне люди стремятся к признанию и уважению, как со своей стороны, так и со стороны окружающих их людей. Соответственно, партнер должен уважать их достоинства и ценности, быть источником понимания и положительных эмоций. На высшем уровне находятся потребности в самореализации. Это стремление реализовать свой потенциал и стать тем, кем человек в действительности хочет быть. Именно поэтому люди выбирают партнеров, которые поддерживают их стремления, помогают им развиваться. Данный аспект может включать в себя совместные увлечения, амбиции и общий рост.

Пирамида А. Маслоу помогает понять, что мотивация в выборе партнера может быть не только в потребностях эмоциональных или физических, но и в более высоких ценностях и стремлениях [8]. Человек может искать партнера, который соответствует его текущему уровню потребностей. Также индивидуумы могут пересматривать свои предпочтения, если потребности меняются. Понимание различных уровней нужд может помочь в формировании глубоких и значимых отношений.

Теория К. Альдерфера включает в себя три основные потребности: потребности существовать, потребность общаться с другими и потребность своего роста и развития [12]. Данная теория представляет собой современную адаптацию и расширение классической модели иерархии потребностей А. Маслоу. Особенностью данной теории является концепция регрессии, то есть при невозможности удовлетворения более высоких потреб-

ностей человек может возвращаться к удовлетворению более низких уровней.

Помимо пирамиды А. Маслоу, существует также теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда [3]. Он предположил, что люди имеют три основных типа потребностей: успех, власть и социальные потребности. Каждая из таких потребностей может влиять на выбор партнера в романтических отношениях. Например, люди с потребностью в успехе и высоких достижениях с большей вероятностью будут замотивированы искать партнера, который также амбициозен, целеустремлен и имеет похожие ценности. Такие люди стремятся к отношениям, которые способствуют личностному росту и профессиональному развитию. Для них отношения – способ совместного достижения новых вершин. Наоборот, индивидуумы с социальными потребностями будут обращать внимание на эмоциональную связь, совместимость и поддержку. Их мотивацией может стать стремление построить семейные отношения или близкие связи, в которых будет преобладать крепкая уютная атмосфера, взаимная забота и близость. Личности же, стремящиеся к власти, могут искать партнера, который будет позволять им реализовать свои амбиции. В данном случае мотивацией будет найти партнера, который обладает определенными качествами, влиянием и ресурсами. В таких взаимоотношениях может возникать стремление к доминированию или контролю [3].

Теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда дает понимание мотивации людей при выборе партнера [7]. Каждый из типов потребностей влияет на то, что люди ищут в романтических отношениях и каким образом формируются их предпочтения. Понимание этих нужд может помочь в построении гармоничных отношений, где будут учитываться потребности обоих партнеров.

Также стоит рассмотреть двухфакторную теорию Ф. Герцберга [1]. Эта теория выделяет два типа факторов, которые оказывают влияние на удовлетворенность и мотивацию. Это мотивирующие и гигиенические факторы. Первые способствуют удовлетворению и мотивации, а вторые приводят к неудовлетворению, если их не хватает. В качестве мотивирующих факторов можно привести поддержку в достижении личных целей. Человек выбирает партнера, который вдохновляет его, стимулирует к достижению целей и помогают раскрыть потенциал, достигнуть успеха. Сюда же можно отнести признание и уважение. Партнера должны ценить и уважать друг друга, признавать успехи, создавать ощущение значимости. Это является хорошей мотивацией для человека, который стремится к взаимному уважению и поддерж-

ке. Также индивидуумы выбирают партнеров, которые способствуют их эмоциальному и личностному росту, потому что это включает в себя открытое обсуждение проблем, решение конфликтов и взаимоподдержка на пути к самореализации. Гигиеническими же факторами являются физическая и эмоциональная безопасность. Это является базовым аспектом. Если в отношениях не хватает безопасности, это вызывает неудовлетворенность и тревогу. Также должна быть совместимость в таких важных вопросах, как деторождение, финансовые и глобальные ценности. При выборе партнера обязательное внимание уделяется этому пункту, чтобы минимизировать риск конфликтов и недовольства. При этом обязательно должно быть качественное общение. Недостаток открытого и честного разговора приводит к разногласию. Надежный партнер влияет на стабильность отношений в положительную сторону.

Двухфакторная теория Ф. Герцберга помогает объяснить, как факторы, связанные с удовлетворением и мотивацией в отношениях, могут влиять на выбор партнера [1]. Человек может подходить к

выбору, основываясь не только на мотивирующих факторах, которые обеспечивают развитие, но и на гигиенических, которые необходимы, чтобы избежать неудовлетворенности. Понимание этих аспектов помогает людям осознаннее подходить к выбору партнера, осознать свою истинную мотивацию и построить здоровые и удовлетворяющие отношения.

Выводы

Рассматривая в совокупности процесс мотивации, его виды и теории выбора партнера, можно понять, почему и как люди выбирают себе спутника. Влияют на это как физические и эмоциональные желания, так и более высокие цели, такие как желание принятия, уважения и самовыражения. Мотивация может быть, как негативной, где поиск партнера будет лишь для того, чтобы не выделяться из толпы или не оставаться одиноким, так и позитивным. В таком случае люди ожидают поддержки, эмоциональной близости и удовлетворения от нахождения рядом друг с другом. При этом процесс мотивации не будет отличаться в зависимости от цели.

Список источников

1. Герцберг Ф., Моснер Б., Блох Б. Снидерман Мотивация к работе: пер. с англ. Д.А. Куликов. Москва: Вершина, 2007. 240 с.
2. Деси Э., Райан Р. Теория самодетерминации // Психология мотивации достижения. М.: Смысл; Издательский центр «Академия», 2020. 332 с.
3. Джигкаев А.Т. Мотивационная теория Д. Макклелланда и ее роль в мотивации персонала. [Электронный ресурс] Электрон. журн. Образование и право, 2023. Режим доступа к журн.: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsionnaya-teoriya-d-makkellanda-i-ee-rol-v-motivatsii-personala> (дата обращения: 01.04.2025)
4. Дымшаков М.А. Двухфакторная модель мотивации Фредерика Герцберга как основа анализа мотивационных процессов в инновационных проектах. [Электронный ресурс] Электрон. журн. Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробации результатов исследований, 2016. Режим доступа к журн.: <https://cyberleninka.ru/article/n/dvuhfaktornaya-model-motivatsii-frederika-gertsberga-kak-osnova-analiza-motivatsionnyh-prosessov-v-innovatsionnyh-proektah> (дата обращения: 01.04.2025)
5. Кузнецова Н.И. Исследование мотивов выбора брачного партнера. [Электронный ресурс] кур. Н.И. Кузнецова 2015. Режим доступа к кур.: <https://nsportal.ru/vuz/sotsiologicheskie-nauki/library/2015/10/11/issledovanie-motivov-vybora-brachnogo-partnera> (дата обращения: 01.04.2025)
6. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы, эмоции. М.: МГУ, 2010. 234 с.
7. МакКлелланд Д. Мотивация человека. СПб.: Питер, 2017. 627 с.
8. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. СПб.: Евразия, 2001. 478 с.
9. Мотивация деятельности человека. [Электронный ресурс] Электрон. текстовые дан. 2020. Режим доступа: <https://4brain.ru/psy/psihologija-motivacii.php>. свободный (дата обращения: 01.04.2025)
10. Ничкова А. Основные теории мотивации. [Электронный ресурс] Электрон. текстовые дан. 2023. Режим доступа: <https://happy-job.ru/hr-blog/teorii-motivacii/> свободный (дата обращения: 01.04.2025)
11. Самарина А. Мотивация: что это, какая бывает и от чего зависит. [Электронный ресурс] Электрон. текстовые дан. 2023. Режим доступа: <https://timeweb.com/ru/community/articles/motivaciya-cto-eto-kakaya-byvaet-i-ot-chego-zavisit> свободный (дата обращения: 01.04.2025)
12. Alderfer C.P. Existence, relatedness, and growth: human needs in organizational settings. New York; London: Collier-Macmillan, 1972. 198 p.

References

1. Herzberg F., Mosner B., Bloch B. Sniderman Motivation to Work: trans. from English by D.A. Kulikov. Moscow: Vershina, 2007. 240 p.
2. Deci E., Ryan R. Self-Determination Theory. Psychology of Achievement Motivation. Moscow: Smysl; Publishing Center "Academy", 2020. 332 p.
3. Dzhigkaev A.T. Motivation Theory of D. McClelland and Its Role in Personnel Motivation. [Electronic resource] Electronic journal. Education and Law, 2023. Access mode to the journal: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsionnaya-teoriya-d-makklellanda-i-ee-rol-v-motivatsii-personala> (date of access: 01.04.2025)
4. Dymshakov M.A. Two-factor model of motivation by Frederick Herzberg as a basis for the analysis of motivational processes in innovative projects. [Electronic resource] Electronic journal. A New Word in Science and Practice: Hypotheses and Testing of Research Results, 2016. Access Mode to the Journal: <https://cyberleninka.ru/article/n/dvuhfaktornaya-model-motivatsii-frederika-gertsberga-kak-osnova-analiza-motivatsionnyh-prosessov-v-innovatsionnyh-proektah> (date of access: 01.04.2025)
5. Kuznetsova N.I. Study of Motives for Choosing a Marital Partner. [Electronic Resource] course. N.I. Kuznetsova 2015. Mode of access to the course: <https://nsportal.ru/vuz/sotsiologicheskie-nauki/library/2015/10/11/issledovanie-motivov-vybora-brachnogo-partnera> (date of access: 01.04.2025)
6. Leontiev A.N. Needs, motives, emotions. Moscow: Moscow State University, 2010. 234 p.
7. McClelland D. Human motivation. St. Petersburg: Piter, 2017. 627 p.
8. Maslow A.G. Motivation and personality. St. Petersburg: Eurasia, 2001. 478 p.
9. Motivation of human activity. [Electronic resource] Electronic text data. 2020. Access mode: <https://4brain.ru/psy/psihologija-motivacii.php>. free (date of access: 01.04.2025)
10. Nichkova A. Basic theories of motivation. [Electronic resource] Electronic text data. 2023. Access mode: <https://happy-job.ru/hr-blog/teorii-motivacii/> free (date of access: 01.04.2025)
11. Samarino A. Motivation: what is it, what types there are and what it depends on. [Electronic resource] Electronic text data. 2023. Access mode: https://timeweb.com/ru/community/articles/motivaciya-chto-eto-kakaya-byvaet-i-ot-chego-zavisi free (date of access: 01.04.2025)
12. Alderfer C.P. Existence, relatedness, and growth: human needs in organizational settings. New York; London: Collier-Macmillan, 1972. 198 p.

Информация об авторах

Коренева Н.А., аспирант, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 308015, РФ, г. Белгород, ул. Победа 85, tashakoresh@gmail.com

Разуваева Т.Н., доктор психологических наук, профессор, Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова, 117997, г. Москва, ул. Островитянова 1, razuvaeva@bsuedu.ru

© Коренева Н.А., Разуваева Т.Н., 2025