Курсовая работа

Особенности потребностей аффилиации

**Оглавление**

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ПОТРЕБНЕОСТИ. ПОТРЕБНОСТЬ АФФИЛИАЦИИ4

.1 Потребности и их особенности

.2 Потребность аффилиации и ее особенности, ее влияние на жизнь и деятельность человека

Выводы

ГЛАВА 2. ТИПЫ ПОТРЕБНОСТИ АФФИЛИАЦИИ И ИХ ДИАГНОСТИКА

.1 Типы потребности аффилиации и их особенности

.2 Диагностика потребности аффилиации и ее результаты

Выводы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

# **Введение**

Потребность в аффилиации - это потребность в создании тёплых, эмоционально значимых отношений с другими людьми. От степени её удовлетворения во многом зависит внутреннее психологическое благополучие личности, ее гармоничное развитие, уровень тревожности. В нашем веке технологических достижений люди все чаще общаются по телефону и в социальных сетях, но все реже лично. Это можно объяснить не только удобством, но и, возможно, высокой потребностью аффилиации и высоким же страхом быть отвергнутым, это, несомненно, требует исследования. Анализ причин подобного поведения может помочь людям в реализации потребности аффилиации в реальном, а не виртуальном мире. В целом наблюдается противоречие между значимостью роли, которую играет потребность в аффилиации и недостаточностью эмпирических фактов в данной области.

Исследование потребности аффилиации позволят использовать полученные результаты как в целях диагностики и последующей коррекции, так и для помощи в формировании более успешных и эмоционально-доверительных отношений субъекта с окружающими людьми. Кроме того, полученные эмпирические данные осуществляют важный вклад в копилку общей психологии.

Объект исследования: потребности.

Предмет исследования: потребность аффилиации и ее особенности.

Цель исследования: изучение потребности аффилиации и ее особенностей. Задачи исследования:

. Рассмотреть психологическое содержание потребности.

2. Рассмотреть потребность аффилиации и ее особенности.

. Определить типы потребности аффилиации.

. Изучить особенности потребности аффилиации.

**Глава 1. Потребнеости. Потребность Аффилиации.**

**1.1 Потребности и их особенности**

Потребность - это свойство живых организмов, выражающее исходную форму их активного и избирательного отношения к предметному миру. Также потребность может определяться как субъективное состояние человека, выражающее его нужду, необходимость в предмете материального мира. Потребности управляют деятельностью со стороны субъекта, но только если произошел процесс опредмечивания, то есть «наполнения» ее содержанием, которое черпается из окружающего мира.

Процесс развития предметного содержания потребностей не является, конечно, односторонним. Другая его сторона состоит в том, что и сам предмет деятельности открывается субъекту как отвечающий той или иной его потребности. Таким образом, потребности побуждают деятельность и управляют ею со стороны субъекта, но они способны выполнять эти функции при условии, что они являются предметными. [5]

В целом можно разделить потребности по уровню сложности на три основные группы: биологические, социальные, духовные.

Биологические потребности - это те потребности, без удовлетворения которых невозможно дальнейшее существование и развитие человека. К биологическим потребностям можно отнести потребность в пище, одежде, сне, безопасности, сексуальном удовлетворении, в экономии сил. Эти потребности называются витальными, так как их удовлетворение существенно необходимо для жизни.

Духовная потребность - это потребность познать окружающий мир и себя самого, стремление к самосовершенствованию и самореализации, в познании смысла своего существования.

Социальные потребности включают в себя потребность человека к общению, к популярности, к господству над другими людьми к принадлежности к определенной группе, в лидерстве и признании. Они возникают в зависимости от того в каком обществе живет и работает человек и какой социальный статус он имеет. Несмотря на то, какую форму нужд испытывает человек, их формирование и осознание происходит по одному сценарию в несколько этапов:

этап - формирование потребности. В этот момент психика становится особенно чувствительной к внешним раздражителям.

этап - неосознанное чувство нужды. У человека возникает ощущение нового состояния, появляется тревожность.

этап - осознание самой потребности. В этот момент в голове всплывает четкая картина самой потребности.

Более или менее отчетливое осознание потребности приводит к оживлению в памяти представления о предметах или ценностях, способных удовлетворить данную потребность, - обычно их называют "благо". [7]

Основные виды потребностей можно разделить на несколько составляющих. Нужды в чем-либо может испытывать как человек, так и общество в целом. Виды человеческих потребностей более разнообразны, -чем у животных. Основную группу здесь составляют органические, творческие, социальные, материальные и потребности психологического и нравственного развития.[2] Классификация видов потребностей имеет несколько вариантов. Одних только значений у человеческих нужд целых три: потребность как обозначение какого-либо объекта внешней среды, как состояние психики, и как свойства личности, которые определяют её отношение к миру. Рассмотрим наиболее часто встречающиеся классификации. В ней потребности делятся на биологические, социальные.

· биологические потребности обеспечивают существование человека как одного из видов живых существ;

· социальные потребности означают желание человека принадлежать к какой-либо группе, имя в ней свое место. Сюда же относятся потребности пользоваться уважением окружающих и быть объектом любви. [7]

Если рассматривать человека как целостную личность, то можно также выделить ряд потребностей узкого профиля. Эти потребности рассматриваются в качестве свойств психики человека. К ним относятся:

· потребность как зависимость. Заключается в зависимости организма от конкретных условий существования;

· потребность как отсутствие блага. Здесь отсутствие какого-либо блага и является потребностью. Такая нужда имеет социально-экономические мотивы;

· потребность как отклонение от уровня адаптации. Возникает в том случае, когда привычный для человека образ жизни резко меняется и возникает нехватка старого режима существования. Например, меняется место жительства, город страна и появляется нужда в возврате старых сложившихся привычек и образа жизни;

· потребность в успехе. Напрямую связана с жизненными достижениями личности. Проявляется в постоянном стремлении стать успешнее и лучше в профессиональном плане. Эта потребность сильнее выражена у женщин. [13]

В подобных классификациях существует разделение между потребностью личности и потребностью организма. В первом случае нужды являются предметом деятельности психики, а во втором случае потребности носят биологический характер.

Еще один ряд отличий имеют виды потребностей общества. Сюда относятся те запросы, которые сформировались под влиянием времени и развития экономики. Прогресс стал причиной появления новых потребностей людей. К примеру, когда появились пейджеры и сотовые телефоны, то у многих людей появилось желание стать их обладателями. Нынешнее общество, имеющее высокую степень развития культуры, имеет не только физиологические нужды, такие как жилье, одежда, вода и пища. Характерными для общества являются потребности в общении и дружбе, в уважении со стороны различных социальных групп, а также потребность в совершенствовании способностей и саморазвитии.

С каждой сменой поколения потребности общества становятся все более высокими. Социально-экономический прогресс провоцирует возникновение все новых и новых потребностей. Соответственно растут и виды удовлетворения потребностей. Как правило, каждый из этих видов призван удовлетворять нужды социального происхождения. Например, человек желающий получить ту или иную вещи, без которой он не представляет своей жизни, сможет удовлетворить свою нужду, только купив эту вещь. На этой особенности человеческой психики зарабатывают почти все предприятия мира. [20]

Со сменой поколений уровень нужд возрастает и становится принципиально другим.

Таким образом, анализ приведенных определений потребностей показывает, что все они содержат в себе факты, которые необходимо учитывать для понимания сути потребностей.

Итак, становится очевидным необходимость разделения потребностей на потребности организма и потребности личности. При этом потребности организма (нужды) можно разделить на не осознаваемые (не ощущаемые) и осознаваемые (ощущаемые).

Потребности личности всегда осознаваемы либо на уровне ощущений (биологические потребности), либо на уровне понимания (социальные потребности).

Так же очевидно и то, что потребность тесно связана с нуждой. Однако нужда организма в чем-то отражает его объективное состояние, а потребность личности связана с осознанием нужды, т. е. имеет субъективную сторону.

Становится понятно, что из потребности личности невозможно исключить потребностное состояние, отражаемое в сознании субъекта и сигнализирующее о необходимости удовлетворения возникшего желания.

Наконец, само возникновение потребности является механизмом**,** запускающим активность человека на достижение цели, способную удовлетворить его потребность.

**1.2** **Потребность аффилиации и ее особенности, ее влияние на жизнь и деятельность человека**

Слово аффилиация, произошло от английского affiliate - присоединять. Г. Мюррей дает следующее описание мотива аффилиации: «заводить дружбу и испытывать привязанность; радоваться другим людям и жить вместе с ними; сотрудничать и общаться с ними; любить; присоединяться к группам.» [12]

Аффилиация - общее понятие понимаемое как психическое явление, мотив, побуждение, намерение, стремление к другим людям. В основе его лежит внутренняя потребность человека в эмоциональных и доверительных контактах, являющаяся движущей стороной общения. Она проявляется в стремлении установить близкие отношения, участвовать в совместных действиях, целью которых является процесс общения, приносящий удовлетворение. Цель этой потребности может быть различной, и даже взаимоисключающей (достижение близких отношений или/и использование собеседника в своих целях).

Именно ли удовлетворение стремятся получить люди, взаимодействуя друг с другом, или нет, но с полной определенностью можно утверждать, что лишение человека возможности взаимодействовать вызывает у него то, что называют потребностью в аффилиации, или потребностью быть с людьми*.* [8]

Потребность аффилиации - потребность реализовать определенную психическую энергию, активность, направленную на установление (или прекращение) определенных межличностных отношений. Потребность аффилиации складывается из разных сил приближения и отдаления от людей. Например, у нас могут быть хорошие коммуникативные навыки, при которых мы можем быстро устанавливать неформальные межличностные отношения, при этом мы можем опасаться непонимания, отвержения, неудачи. Кроме того, у нас может быть высокая потребность устанавливать не внешние, поверхностные знакомства, а более надежные, близкие, доверительные.

Аффилиация состоит из двух сторон - получение и отдача, поэтому цель потребности аффилиации можно определить как взаимную доверительную связь, где каждый из партнеров дружески поддерживают друг друга. О мотивированности поведения стремлением к аффилиации можно судить по количеству и позитивному содержанию речевых высказываний, по выражению лица, длительности контакта, жестикуляции.

Однако прежде чем рассмотреть особенности потребности аффилиации, мы решили рассмотреть основные понятия, связанные этой потребностью. Итак, направленность на аффилиацию - понятие введено А. Меграбяном и С. Кшесински. Рассматривается это понятие как внутренняя нацеленность человека на установление и поддержание контакта, близко к понятию контактности, коммуникабельности. В работе рассматривается как синонимом понятия аффилиативное поведение. [9]

Аффилиативное поведение - проявление через поведение заинтересованности, доброжелательности и т.п. при взаимодействии с партнером по общению. В основе аффилиативного поведения может находиться как мотив аффилиации (тогда мы говорим об истинной аффилиации), так и мотив достижения, самоутверждения и т.д. (в этом случае аффилиативное поведение выполняет инструментальную функцию).

Боязнь отвержения (страх отвержения)- ожидание непонимания, неудачи при построении отношений, сформированное на основании предыдущего опыта, а также связанное с личностными особенностями.

Аффилиативное взаимодействие - сумма действий, направленных на установление, поддержание и развитие межличностных отношений с целью формирования близких, доверительных отношений; отличается от аффилиативного поведения наличием выраженной потребности в аффилиации, в частности, потребности в эмоционально- доверительном общении.

Характеристиками, сопровождающими аффилиативное взаимодействие (компоненты аффилиативного взаимодействия) являются легкость, доверие, понимание и эмоциональная притягательность. Все они важны для установления близких, доверительных отношений, однако значимость каждой их характеристик изменяется при развитии и изменении межличностных отношений. При других формах общения, например, деловом, эти характеристики могут присутствовать, однако при таком общении главным является не их сочетание, а значимость одной из них. Например, в отношении к врачу главным является доверие, в отношении с начальником - понимание и т.д.

Потребность аффилиации (стремление к общению) можно назвать сквозной. Данная потребность проявляется трояко:

потребность в периодических разговорах

налаживание отношений, контактов

потребность поделиться своими проблемами [3]

Уровни мотива аффилиации - степень выраженности мотива у человека, в работе рассмотрены пять уровней потребности: слабая, средняя, высокая.

Итак, вернемся непосредственно к потребности аффилиации и ее особенностям.

Потребность в общении строится в онтогенезе на основе других потребностей, которые начинают функционировать ранее. Основа потребности в общении - это органические жизненные нужды ребенка, которые поступают через взрослого, таким образом, открывается сам взрослый, необходимость исследования его, управления им и в конечном счете - общения с ним. [6]

Так же одной из особенностей рассматриваемой потребности является желание человека устанавливать более тесные, близкие отношения с окружающими, где важным становится не количество контактов, а их качество.

Аффилиация похожа на близость и связана с ней, но считается, что это более точный термин. Аффилиация касается выраженного аффекта (позитивного и негативного), тогда как близость - знания о другом, имеющего личную природу. Кроме того, близость обычно применяется в сочетании с положительными отношениями. Позитивный аспект аффилиации может выражается через усиление близости (ближе, чем ситуативная норма), зрительный контакт, прикосновение, открытая поза, личные темы, самораскрытие и выражение общей поддержки представленной я-концепции партнера. Однако собеседники могут желать разного уровня аффилиации, и это требует обсуждения, но этот процесс достаточно сложен, и люди редко обсуждают проблемы аффилиации до момента, когда надвигается перемена, или кризис.

Развитиеаффилиации будет восприниматься как «нормальное», в зависимости от природы отношений (например, родитель - ребенок, преподаватель - студент) и достигнутого уровня аффилиации. Кнэпп предложил параметры, по которым варьируется коммуникативное поведение в сторону большей аффилиации, пока не будет достигнут оптимальный уровень. В этой точке наступит стабильность, но время от времени будут происходить колебания (иногда значительные) по одному или нескольким параметрам вплоть до упадка отношений. Этапы, которые характеризуются нарастающей близостью и (обычно) нарастающей позитивной аффилиацией, включают в себя поступательно:

) вступление,

) экспериментирование,

) интенсификацию,

) интеграцию,

) объединение.

Когда отношения развиваются, усиливаются, самораскрытие становится более глубоким и интимным, партнеры становятся все более преданными друг другу, и общение между ними обретает черты уникальности.

Что касается негативного аспекта, необходимо отметить, что, стремясь добиться аффилиации, люди часто говорят неправду о своих желаниях, намерениях и достоинствах, о возможностях, собственных качествах, уклоняются от трудных вопросов.

Потребность аффилиации также делает людей более восприимчивыми к аффилиативным сигналам. [8]

**Выводы**

· потребности организма (нужды) можно разделить на не осознаваемые (не ощущаемые) и осознаваемые (ощущаемые). Потребности личности всегда осознаваемы либо на уровне ощущений (биологические потребности), либо на уровне понимания (социальные потребности).

· потребность тесно связана с нуждой. Однако нужда организма в чем-то отражает его объективное состояние, а потребность личности связана с осознанием нужды, т. е. имеет субъективную сторону.

· возникновение потребности является механизмом**,** запускающим активность человека на достижение цели, способную удовлетворить его потребность.

· потребность в общении строится в онтогенезе на основе других потребностей, которые начинают функционировать ранее.

· важным удовлетворении потребности аффилиации является не количество контактов, а их качество.

**Глава 2. Типы потребности аффилиации и их диагностика**

# **2.1 Типы потребности аффилиации и их особенности**

Психологическая природа детерминантов аффилиации представляет большой диапазон индивидуальных различий. Наряду с положительной привлекательностью и «ожидаемой ценности» противоположным детерминантом выступает отрицательная привлекательность неудачной аффилиации, где также наблюдаются индивидуальные различия. Соотношение положительных и отрицательных сторон потребности аффилиации каждый индивидуум может иметь характеристику либо с надеждой на аффилиацию, либо на ее отвержение, что и определяет особенности первых контактов в межличностных отношениях, а в общем случае двух сторон, которые стремятся построить свои отношения по каким-либо причинам. [4]

Каждый из альтернативных результатов действия ожидается с некоторой вероятностью. Таким образом, индивид на основе своего опыта в сфере общения обладает статистически обобщенным ожиданием относительно успеха аффилиации или отвержения. Следовательно привлекательность удачи и неудачи составляет некоторую величину, что и отражает индивидуальную характеристику обобщенной положительной и отрицательной привлекательности или надежды на аффилиацию и страх на отвержение.

Чем больше обобщенное ожидание успеха преобладает над ожиданием неудачи, тем значительнее положительная привлекательность. Отношение ожидания и привлекательности отличает мотив аффилиации от мотива достижения, который характеризуется прямо противоположным соотношением отмеченных параметров. Чем выше вероятность успеха, тем легче задание, но меньше его привлекательность и чем выше вероятность неудачи, тем труднее задание, но выше привлекательность успеха. [4]

Проявление уровня тенденций достижения или избегания в аффилиационном поведении также связан с разрешимостью достижения цели. Разрешение стоящей задачи через стремление к достижению или избеганию как проявление пассивной формы поведения, связанной с выжиданием, полностью зависит от психической предрасположенности и предыдущего опыта. Как форма поведения - тенденция достижения и тенденция избегания определяется соответствующими нервными центрами, что убедительно доказано в экспериментальной психофизиологии.

Следовательно аффилиация как форма поведения имеет по меньшей мере четыре самостоятельных нервных центра и их долевое участие в формировании текущего динамического стереотипа поведения и определяет его качественную характеристику.

На основании двух независимых подходов в описании мотивации аффилиации возможно построение обобщенной теории, где каждая из пар используемых базовых характеристик «достижение-избегание», «успех-неудача» составляют не ортогональные отношения, а дихотомические, которые и представляют полное пространство потребности аффилиации.

Изменения характера мотивов аффилиации может рассматриваться как показатель развития созависимости. Те или иные мотивы аффилиации, несомненно, могут служить отдельными признаками созависимой личности. Так, высокий уровень страха отвержения как ведущий мотив аффилиации свойствен созависимой личности, т.к. указывает на боязнь потерять значимые отношения и, как следствие, возможность подтверждения собственной значимости и ценности.

Чрезмерно высокий уровень стремления к принятию, в свою очередь, также может указывать на склонность к созависимым отношениям, т. К. гипертрофированные мотивы принятия служат базой для создания сверхценности отношений, в которых может не оставаться места для самой личности.

А. Мехрабиан выделяет две тенденции потребности аффилиации: надежду на аффилиацию (ожидание отношений симпатии, взаимопонимания в общении) и боязнь отвержения (страх того, что общение не состоится или будет формальным). Сочетание этих тенденций дает четыре типа мотивов аффилиации:

) высокая надежда на аффилиацию, низкая чувствительность к отвержению; в большинстве случаев потребность в аффилиации постоянно удовлетворяется; в этом случае человек может быть общителен вплоть до назойливости (высокий СП, низкий СО);

) низкая потребность в аффилиации, высокая чувствительность к отвержению; в большинстве ситуаций потребность в аффилиации остается неудовлетворенной или же вовсе отвергается (низкий СП, высокий СО);

) низкие надежда на аффилиацию и чувствительность к отвержению; большинство ситуаций обладают лишь очень слабым позитивным или негативным релевантным аффилиации подкрепляющим действием; в этом случае человек предпочитает одиночество (низкий СП, низкий СО);

) высокие надежда на аффилиацию и чувствительность к отвержению: в большинстве ситуаций потребность в аффилиации либо удовлетворяется, либо отвергается; у человека возникает сильный внутренний конфликт: он стремится к общению и в то же время избегает его (высокий СП, высокий СО).

Последний тип, по мнению А. Мехрабиана, является мотивационной основой выраженного конформного поведения, т.е. показателем мотива зависимости: частое применение позитивных и негативных санкций есть средство формирования у индивида тенденции к зависимости. [4]

Так, например, по мере накопления опыта педагогической деятельности изменяются потребности аффилиации. На различных этапах профессиональной деятельности выделяется свое соотношение надежды на аффилиацию и чувствительности к отвержению. На начальных этапах профессионального пути (до 5 лет) слабо выражены как надежда принятия, так и страх отвержения.

Качество рассматриваемых мотивов в данном случае может указывать на отсутствие сверхзначимых отношений. Здесь сложно говорить о наличии такой характеристики личности, как созависимость. Такое соотношение мотивов здесь может быть связано с существующим на данном этапе стремлением педагога овладеть профессией, приемами и методами обучения детей. Общение здесь может не иметь самостоятельной ценности и выступать в качестве средства реализации профессиональных целей и планов.

В период от 5 до 15 лет педагогического стажа выраженный страх отвержения сменяется стремлением к принятию. Наличие доминирующих мотивов того или иного качества в данном случае уже может указывать на существование все возрастающей ценности тех или иных социальных связей и отношений. Далее на смену стремлению к принятию снова приходит страх быть отвергнутым. Такие колебания могут свидетельствовать о протекании процесса формирования профессиональных позиций как в методологическом, инструментальном аспектах, так и в аспекте отношений с учениками и педагогическим коллективом.

После 20 лет педагогической деятельности мы наблюдаем снижение показателей как стремления к принятию, так и страха отвержения. В данном случае такие показатели могут быть связаны с содержанием самого этапа профессионального и личностного развития учителя, на котором происходит стабилизация как профессиональной деятельности, так и других сторон жизни личности.

К 25-30 годам стажа педагог приходит с высоким уровнем развития как стремления к принятию, так и страха отвержения. После преодоления отметки в тридцать лет стажа на смену такому соотношению приходит доминирование страха отвержения. Появление данного страха, как и сама смена типа мотивации, может быть связано с приближающимся уходом на пенсию и боязнью потерять значимую деятельность и отношения, в которых педагог мог ощущать ценность своей личности. Мотивы аффилиации в данном случае, возможно, указывают нам на то, что личность будет стремиться не к созданию и преобразованию существующих социальных связей, а к поддержанию и сохранению уже имеющихся. Такие отношения могут строиться по типу созависимых. [1]

Х. Хекхаузен отмечает, что лица, ориентированные на отвержение, не есть простая противоположность тем, кто ориентирован на аффилиацию. [17] Иначе говоря, от представителей первой группы их отличает не избегание аффилиации. Для обеих групп поиск аффилиации и ее достижение являются первостепенной целью. Они различаются, таким образом, не столько по привлекательности аффилиации, сколько по ожиданию успеха, по умению осуществить направленное на аффилиацию поведение, а также по реальному успеху у партнера. Невзирая на страх (ожидание неудачи) отвержения (негативная привлекательность), мотивированные им испытуемые стремятся к аффилиации. Несмотря на накопленный ими опыт, аффилиация, по-видимому, обладает такой позитивной ценностью, требующей своей реализации, что страх отвержения приходится победить.

Типы потребности аффилиации складываются в результате подкреплений, испытываемых в социальных взаимодействиях прежде всего в детстве. Четвертый тип (одновременные высокие значения СП и СО), по мнению А. Мехрабиана, является мотивационной основой ярко выраженного конформного поведения, т. Е. показателем мотива зависимости, ибо частое применение позитивных и негативных санкций есть средство формирования у индивида тенденции к зависимости. [13]

К. Хорни в работе «Невротическая личность нашего времени» отмечает, что и стремление к принятию («жажда любви», «потребность в любви и привязанности»), [18] и страх отвержения как мотивы создания отношений по сути представляют собой стремление к безопасности. При сочетании мотивов принятия и страха отвержения человек полон тревожности и стремится к любого рода отношениям, привязанностям с целью снятия нарастающей тревожности. Однако центрированность на поиске привязанности как защиты от тревожности, по мнению К. Хорни, препятствует удовлетворению потребности в аффилиации. Такой тип мотивации аффилиации встречается в группе со стажем 25-30 лет.

Таким образом, на различных этапах профессиональной деятельности складывается своеобразное соотношение мотивов аффилиации. Мотивы аффилиации педагогов проходят путь от отсутствия сверхзначимых отношений через стремление к принятию и сочетание мотивов принятия и отвержения к выраженной боязни потерять значимые отношения и связи (в группе со стажем деятельности более 30 лет). Данные выводы свидетельствуют о том, что в ходе выполнения профессиональной педагогической деятельности происходит постепенное изменение личности в сторону большей созависимости. [11]

В современном мире огромную роль играют межличностные контакты, умение быстро, грамотно и эффективно взаимодействовать с разнообразными людьми. В этой связи за последние годы наблюдается усиление внимания к методологическим, теоретическим, экспериментальным и прикладным проблемам психологии общения.

Понимание принципов общения, в частности, эмоционально-доверительного общения, имеет значение не только для достижения более эффективных результатов деятельности коллектива и улучшения отношений между сотрудниками, но важна и для каждого участника контакта, т. К. посредством подобного общения человек имеет возможность больше себя узнать, понять и, в результате, быть менее одиноким в нашем постоянно меняющемся мире.

Анализ различных подходов в изучении мотивов аффилиации показывает, что в существующих теоретических обоснованиях рассматривается четыре ведущие базовые характеристики. Поскольку каждая из них является независимой и имеет свою морфофункциональную основу, то их отношения по два из четырех может дать шесть вариантов. Они все могут быть получены из имеющихся комбинаций путем перестановки при замене их дихотомического отношения на взаимно ортогональное. Естественно, что подобные преобразования позволяют открыть совершенно новые виды мотивации аффилиации и использовать их в характеристике личности.

В действительности понятие полноты пространства в выше приведенном описании носит относительный характер. Понятие аффилиации подразумевает целый класс социальных взаимодействий, определяющих стремление человека к общению. Последнее может возникать как по доброй воле, так и по принуждению, быть направлено на принесение пользы либо вреда и оканчиваться успехом или неудачей.

Однако такое представление требует использования метода многомерного шкалирования и применяется в исследованиях, когда требуется глубокая детализация мотивов поведения, относящихся к общению, но существенно отдаляющихся от первоначального понимания аффилиации.

Формирование отношений между людьми может преследовать различные цели. Это могут быть стремления произвести впечатление, достичь власти над другими, получить или оказать помощь. Это двухсторонний процесс и важно учитывать степень разрешимости этой задачи от интересов второй стороны, которая может проявить интерес, остаться нейтральной или отвергать стремление к общению.

Фактически должна существовать определенная потребность в контакте и общении и условия ее разрешимости, которые обеспечивают необходимую степень удовлетворенности. Естественно, что учесть все многообразие факторов, которые формируют мотив аффилиации, практически не удается и определяющими в этом случае должны быть условия отношений порождающих потребности в совместной деятельности. Отдельный индивид или группа выступают только носителями этой социальной потребности, придавая при этом характерные особенности их выражения. [13]

Естественно, ставя задачу изучения потребности аффилиации, необходимо определить степень потребности в ней и условия вызывающие эти потребности. С одной стороны такая потребность определяется социальными условиями среды, а с другой - психологической предрасположенностью индивидуума к той или иной форме поведения.

Для выяснения социальной составляющей формы поведения в организации совместной деятельности необходимо рассмотреть побуждающие потребности к ней. Этой проблеме уделялось исключительно много внимания, так как в любой деятельности человека наблюдается коллективная ее организация. Однако, несмотря на обширную литературу по этой теме, многие вопросы остаются открытыми. Достаточно заметить, что не существует однозначного определения самого понятия коллектив.

По различным ведущим характеристикам, входящим в определение этого понятия, оно имеет более семидесяти пяти определений. Сам этот факт делает затруднительным решение задачи о реализации потребности аффилиации в организации совместного взаимообусловленного поведения.

В настоящее время признано, что эффективность совместной деятельности во многом определяется взаимоотношениями личностей в коллективе, при этом изучение условий и факторов, влияющих на межличностные отношения, является одной из наиболее актуальных и практически значимых задач. Важную роль играет степень удовлетворенности потребности в аффилиации (стремление к другим людям), и особенно такой ее составляющей как потребность в эмоционально-доверительном общении.

Также значимым является изучение сочетания основных характеристик, сопровождающих аффилиативное взаимодействие (легкости, доверия, понимания и притягательности) на разных этапах межличностного общения, т.к. их роль до настоящего времени недостаточно изучена.

· аффилиация состоит из двух сторон - получения и отдачи.

· существует как стремление к приятию, так и страх быть отвергнутым. Исходя из этого выделяют 4 основных типа реализации потребности аффилиации : высокий - низкий (СП выше медианы, СО ниже медианы); низкий-низкий (СП ниже медианы, СО ниже медианы); высокий-высокий (СП выше медианы, СО выше медианы); низкий - высокий (СП ниже медианы, СО выше медианы).

· Реализация потребности аффилиации важна не только для каждого отдельного человека, но и для коллектива.

· Типы потребности аффилиации складываются в результате подкреплений, испытываемых в социальных взаимодействиях прежде всего в детстве.

· Типы реализации потребности аффилиации могут меняться под влиянием различных факторов, например время, отношения в коллективе и т.д.

# **2.2 Диагностика потребности аффилиации и ее результаты**

Объект исследования - 20 учащихся 5-9-х классов общеобразовательной школы.

Предмет исследования - преобладающие потребности в сфере общения в подростковом возрасте.

Гипотезы исследования: 1. Потребность в общении и стремление к приятию имеют прямую связь (чем выше потребность к общению, тем выше стремление к приятию).

. В подростковом возрасте и потребность в общении, и стремление к приятию (как и страх быть отвергнутым) выше, чем у детей 10-11 лет.

Данное исследование было проведено с помощью следующих методик.

1. Методика «Потребность в общении» (Ю. М. Орлов). Методика разработана Ю. М. Орловым (1978). По данной методике оценивается потребность в общении. Чем выше показатели по данному фактору, тем более данной потребность является выраженной.

2. Методика «Мотивация аффилиации». Аффилиация, по мнению Г. Меррея, - это потребность тесно контактировать и взаимодействовать с близкими людьми. Данный тест предназначен для диагностики двух мотивов личности: стремления к принятию вас окружающими людьми (СП) и страха быть отвергнутым другими людьми (СО). Таким образом, тест состоит из двух шкал: шкалы СП и шкалы СО.

Тест состоит из ряда утверждений, касающихся отдельных сторон характера, а также мнений и чувств по поводу некоторых жизненных ситуаций. Чтобы оценить степень вашего согласия или несогласия с каждым из утверждений, используйте следующую шкалу:

• + 3 - полностью согласен;

• +2 - согласен;

• + 1 - скорее согласен, чем не согласен;

• 0 - нейтрален;

• -1 - скорее не согласен, чем согласен;

• -2 - не согласен;

• -3 - полностью не согласен.

По каждой из шкал подсчитывается суммарный балл. Ответам испытуемого на прямые пункты (отмеченные знаком «+» в ключе) приписываются баллы.

Ответы -3 -2 -1 0 1 2 3

Баллы 1 2 3 4 5 6 7

Ответам испытуемого на обратные пункты опросника (отмечены в ключе знаком «-») также приписываются баллы.

Ответы -3 -2 -1 0 1 2 3

Баллы 7 6 5 4 3 2 1

Ключ к тесту

Ключ к шкале СП: +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 к шкале СО: +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 основе двух индексов СП и СО выделяются четыре типа мотивов. Для этого суммарные баллы всей выборки ранжируются как по шкале СП, так и по шкале СО. Далее выделяются четыре группы испытуемых:

• высокий - низкий (СП выше медианы, СО ниже медианы);

• низкий-низкий (СП ниже медианы, СО ниже медианы);

• высокий-высокий (СП выше медианы, СО выше медианы);

• низкий - высокий (СП ниже медианы, СО выше медианы).

Для испытуемых группы «высокий-низкий» характерен мотив «стремление к принятию группой», а для испытуемых группы «низкий-высокий» - мотив «страх отвержения». У испытуемых двух других групп интенсивность этих мотивов приблизительно одинакова, что может свидетельствовать о наличии у них внутреннего дискомфорта, напряженности.

У группы «высокий-высокий» страх быть отвергнутым группой препятствует удовлетворению их потребности в принятии, в общении с другими людьми. По методике «Потребность в общении» были получены следующие результаты.

Таблица 1 Результаты по методике «Потребность в общении»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ФАКТОРЫ | учащиеся 5-6 классов | учащиеся 8-9 классов |
|  | высокий | средний | низкий | высокий | средний | низкий |
| потребность в общении | 40% | 40% | 20% | 55% | 45% | 0% |



Рисунок 1. Результаты по методике «Потребность в общении»

По данной методике были получены следующие результаты:

высокий уровень показали 40% учащихся 5-6 классов и 55% учащихся 8-9 классов;

средний уровень - 40% учащихся 5-6 классов и 45% учащихся 8-9 классов;

низкий уровень - 20% учащихся 5-6 классов.

Методика «Потребность в общении». Чем выше показатели по данной методике, тем сильнее человек стремится к другим людям, активнее идет на контакты, старается постоянно быть в окружении друзей, предпочитает трудиться не в одиночку, а в коллективе. Но он тяжело переносит ситуации, когда возможности для общения ограничены, ему сложно работать в одиночестве (и соответственно он хуже справляется с теми видами труда, которые не подразумевают постоянного общения), сильно зависим от мнения окружающих.

Нередко он становится слишком навязчивым во взаимоотношениях, «утомляет собой» собеседников и весьма болезненно реагирует, когда в результате те начинают его избегать.

В данном исследовании были получены результаты, которые свидетельствуют о том, что у большинства учащихся 8-9 классов отмечается высокий уровень выраженности потребности в общении, а также, что у учащихся 8-9 классов отмечаются показатели выше, чем у учащихся 5-6 классов.

Таблица 2 Результаты по методике «Мотивация аффилиации»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ФАКТОРЫ | учащиеся 5-6 классов | учащиеся 8-9 классов |
|  | высокий | средний | низкий | высокий | средний | низкий |
| стремление к принятию | 40% | 40% | 20% | 55% | 35% | 10% |
| страх быть отвергнутым | 30% | 40% | 30% | 40% | 30% | 30% |



Рисунок 2. Результаты по методике «Мотивация аффилиации»

По данной методике были получены следующие результаты:

Фактор «стремление к принятию»:

высокий уровень показали 40% учащихся 5-6 классов и 55% учащихся 8-9 классов;

средний уровень - 40% учащихся 5-6 классов и 35% учащихся 8-9 классов;

низкий уровень - 20% учащихся 5-6 классов и 10% учащихся 8-9 классов.

Фактор «страх быть отвергнутым»:

высокий уровень показали 30% учащихся 5-6 классов и 40% учащихся 8-9 классов;

средний уровень - 40% учащихся 5-6 классов и 30% учащихся 8-9 классов;

низкий уровень - 30% учащихся 5-6 классов и 30% учащихся 8-9 классов.

Рассматривая распределение полученных результатов по четырем группа, получено следующее соотношение.



Рисунок 3

В данной диаграмме отражена интенсивность двух мотивов (СП) и (СО).

Испытуемым группы «высокий - низкий» характерен мотив «стремление к принятию» (30%). Таким подросткам важно чувство эмоциональной сопричастности, слитности с группой.

А испытуемым группы «низкий - высокий» характерен мотив «страх отвержения» (26%). Чувство одиночества и неприкаянности, связанное с возрастными трудностями становления личности, порождает у подростков неутолимую жажду общения, группирования со сверстниками, в обществе которых они находят или надеются найти то, в чём им отказывают взрослые: спонтанность, эмоциональное тепло, спасение от скуки и признание собственной значимости.

У испытуемых двух других групп интенсивность этих мотивов приблизительно одинакова. При этом у одной из них («высокий - высокий») интенсивность обоих мотивов высокая, а у другой - низкая.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Подростковый возраст является благоприятным временем для работы над развитием и укреплением уверенности в себе, чувства собственного достоинства, возрастает значимость интимно-личностного общения, особенно со сверстниками, начинается бурное развитие рефлексии, анализа собственного поведения, схожести с другими и отличиями от них.

Подросток восприимчив к воздействиям со стороны взрослого, в частности психолога. Работа, направленная на развитие рефлексии даёт возможность подростку понять свою «сущность». Именно поэтому основным механизмом воздействия в нашей развивающей программе выступает рефлексия.

Необходимо диагностировать подростков, дабы знать, когда наиболее благоприятное время для психологической работы.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы. Подробное изучение мотива аффилиации, его составляющих, основных закономерностей развития и формирования в группах мужчин и женщин разных возрастов позволит использовать полученные результаты как в рамках диагностики и последующей коррекции, так и для помощи в формировании более успешных и эмоционально-доверительных отношений с окружающими людьми.

Полученные результаты могут способствовать достижению гармонии в межличностных отношениях, улучшению социально- психологического климата в коллективе, что делает указанную проблему актуальной и практически значимой.

**Выводы**

· Аффилиация состоит из двух сторон - получения и отдачи.

· Существует как стремление к приятию, так и страх быть отвергнутым. Исходя из этого выделяют 4 основных типа реализации потребности аффилиации.

· Типы потребности аффилиации складываются в результате подкреплений, испытываемых в социальных взаимодействиях прежде всего в детстве, так же они могут меняться в течении жизни под влиянием различных факторов.

· Потребность аффилиации не стабильна, она меняется под влиянием различных факторов.

· У учащихся 8-9 классов как и потребности в общении, так и СП и СО выше, чем у учащихся 5-6 классов. Это подтверждает то, что подростковый возраст является благоприятным временем для работы над развитием и укреплением уверенности в себе, чувства собственного достоинства, возрастает значимость интимно-личностного общения, особенно со сверстниками.

· Подробное изучение потребности аффилиации позволит использовать полученные результаты как в рамках диагностики и последующей коррекции, так и для помощи в формировании более успешных и эмоционально-доверительных отношений с окружающими людьми.

психологическая потребность аффилиация жизнедеятельность общество

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Целью нашего курсового исследования было изучение потребности аффилиации и ее особенностей. В ходе достижения этой цели были выполнены поставленные нами задачи. Мы рассмотрели потребности в целом, потребность аффилиации и ее особенности, типы потребности аффилиации и провели диагностику потребности аффилиации. Мы выяснили, что от степени удовлетворения потребности аффилиации зависят многие сферы жизни человека, его эмоциональный комфорт и самооценка.

Нами были кратко рассмотрены различные классификации потребностей, этапы их формирования и значение потребностей в жизни человека.

Далее мы подробнее рассмотрели потребность аффилиации и основные понятия, связанные с данной потребностью. Так же нами были изучены типы потребности аффилиации, их особенности.

Мы доказали, что необходимо изучать уровень стремления к принятию и уровень страха отвержения, чтобы в нужный момент оказать человеку нужную психологическую помощь или же помочь человеку в работе над собой.

Можно сказать, что мы достигли цели курсовой работы.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1.Болдырева Е.В. Изменения характера мотивов аффилиации как показатель развития созависимости педагогов на разных этапах профессиональной деятельности. / Е. В. Болдырева. Психология образования в XXI веке: теория и практика. - C. 327-331.

.Бережной Н. М. Человек и его потребности. http://lib.vvsu.ru/books

.Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. / В. К. Вилюнас - М.: Изд-во МГУ, 2010. - 288 с.

.Диагностика мотивов аффилиации (А. Мехрабиан) // Социально-психологическая диагностика раз¬вития личности и малых групп / под ред. Н.П. Фетискина, В.В. Козлова, Г.М. Мануйлова. - М.: Психотера¬пия, 2002. - C. 95-98.

.Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. / А. Н. Леонтьев 2-е изд-е. - М.: Смысл. Academia/ - 2004. - 345 с.

.Лисина М. И. «Проблемы онтогенеза общения» / М. И. Лисина Москва 1986.- 143 с

.Магун B.C. Потребности и психология социальной деятельности личности./ В. С. Магун Л.: Наука, 1983

.Маклелланд Д. Мотивация человека. / Д. Маклелланд. СПб.: Питер, 2007 - 627 с.

.Меграбян А.А. Личность и сознание. / А. А. Меграбян М.: Медицина. - 1978-174с.

.Мехрабиан и Ксензкий, 1974. http://rudocs.exdat.com/docs/index-326437.html?page=18

.Морозова Г. В. Созависимость как фактор риска в педагогической профессии // На перекрестках пе¬дагогики и психологии: сб. науч. тр. / Г. В. Морозова - Ульяновск : УлГПУ, 2006. - С. 126-130.

12.Мюррей Г. Explorations in personality. / Г. Мюррей 1938. p. 83

13.Психология личности. Под ред. П. Н. Ермакова, В. А. Лабунской. - М.: Эксмо, 2008. - 653 с.

. Практикум по общей, экспериментальной прикладной психологии. Учеб. пособие/ В. Д. Балин. В. К. Гайда/Под общей ред. А. А. Крылова, С. А. Леаничева. - Спб.: Издательство «Питер»,2012.-С.126

. Рубинштейн С. А.. Основы общей психологии. / С. А. Рубинштейн - М.: Просвещение, 2011. - С.96

.Рыбакова М.М. Конфликт и взаимодействие в педагогическом процессе: Кн. для учителя. / М. М. Рыбакова - М: Просвещение, 2011.- 128 с

.Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. / Х. Хекхаузен М.: Педагогика, 1986. Т. 1.

.Хорни К. Невротическая личность нашего времени. /К. Хорни СПб.: Питер, 2002.

.Шаров А. С. Взаимосвязь ценностных ориентаций и мотивов общения со сверстниками у подростков и старшеклассников. - Автореф. дис. канд. психол.наук. / А. С. Шаров М. - 1986. - 22 с.

.Шорохова О. А. Жизненные ловушки зависимости и созависимости. / О. А. Шорохова. - СПб.: Речь, 2002.