

## **ВЛИЯНИЕ АФФИЛИАЦИИ НА КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС**

**А.А. Алтаев, А.В. Гришакова.**

*Томск, ТУСУР*

Значимой потребностью каждого человека, влияющей на коммуникативный процесс, является аффилиация. Под аффилиацией понимается личностное свойство, которое проявляется в желании быть в обществе других людей, в стремлении создавать тёплые, эмоционально значимые отношения с другими людьми.

Ключевые слова: дружба, любовь, аффилиация, потребность, социальное явление

### **THE INFLUENCE OF COMMUNICATIVE PROCESS IN AFFILIATION**

Significant needs of each person, affecting the communication process is the affiliation. Under the affiliation mean personal property that is manifested in the desire to be with other people, in an effort to create a warm, emotionally meaningful relationships with other people.

Keywords: Need, affiliation, love, friendship, social phenomenon

Значимой потребностью каждого человека, влияющей на коммуникативный процесс, является аффилиация. Под аффилиацией понимается личностное свойство, которое проявляется в желании быть в обществе других людей, в стремлении создавать тёплые, эмоционально значимые отношения с другими людьми. 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»[1].

От степени удовлетворения потребности в аффилиации, во многом зависит внутреннее психологическое благополучие личности, ее гармоничное развитие, уровень тревожности. Однако и эта потребность свойственна людям в разной степени. Есть индивиды чрезвычайно чувствительные к чужому вниманию, малейшие признаки отвергания или холодности воспринимаются ими как личная драма. Такие люди получают особое удовольствие от общения и проведения времени в большом количестве людей. Индивид, обладающий данной потребностью, видит в человеческих взаимоотношениях один из главных смыслов жизни. Лишение общения для таких людей является настоящей пыткой и ведёт к развитию депрессии.

Формирование потребности в общении обусловлено характером взаимоотношений с родителями и сверстниками в раннем детстве, и

может нарушаться при провоцировании ситуаций, сопровождающиеся тревогой, и приводящие к чувству одиночества. Аффiliation состоит из двух сторон - получение и отдача, поэтому цель потребности аффiliation можно определить как взаимную доверительную связь, где каждый из партнеров дружески поддерживают друг друга.

О мотивированности поведения стремлением к аффiliation можно судить по количеству и позитивному содержанию речевых высказываний, по выражению лица, длительности контакта, жестикуляции. А. Мехрабиан выделяет две тенденции потребности аффiliation: надежду на аффiliation (ожидание отношений симпатии, взаимопонимания в общении) и боязнь отвержения (страх того, что общение не состоится или будет формальным)[2].

К. Хорни в работе «Невротическая личность нашего времени» отмечает, что и стремление к принятию («жажда любви», «потребность в любви и привязанности»), [3] 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 аффiliation.

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. Коммуникативная потребность специфична и не сводится к каким-либо иным, более простым потребностям. По своей природе эта потребность состоит в стремлении человека к познанию и оценке самого себя через посредство других людей и с их помощью.

Потребность в общении не врожденна. Она возникает в ходе жизни и функционирует, формируется в жизненной практике взаимодействия индивида с окружающими людьми. В этой практике складывается необходимость познания и оценки других людей и самого себя в их особом – субъектном – качестве. Мотив аффiliation обладает содержательной спецификой, но при этом его цели могут существенно различаться: от желания произвести впечатление на другого человека до стремления осуществить властное воздействие.

Таким образом, под аффiliation мы понимаем определенный класс повседневных социальных взаимодействий, которые имеют фундаментальный характер. Содержание этого мотива заключается в

общении с другими людьми (даже незнакомыми) и таком его поддержании, которое приносит удовлетворение. Блокирование аффилиации порождает фрустрацию.

Выделяют два вида аффилиации: высокую и низкую. Высокая и низкая аффилиация – это две крайности, которые редко встречаются в чистом виде. В первом случае – это безусловные экстраверты. Они открыты для общения, без труда могут завести разговор с незнакомцами, часто бывают душой компании. Не выносят одиночества и добиваются лучших результатов только в окружении людей. Им важен обмен идеями и мнениями "вживую". Низкий уровень аффилиации больше свойственен интровертам[4]. Такие люди, как правило, независимы и самодостаточны, для них важно личное пространство. Долгое общение с окружающими их выматывает, а душевное равновесие восстанавливается только в одиночестве. Дело не в недостатке социальных навыков, а в желании устанавливать и поддерживать близкие отношения с небольшим кругом друзей, не знакомясь постоянно с новыми людьми.

Таким образом, аффилиация играет важную роль в жизни каждого человека, помогая ему благополучно социализироваться в обществе и преодолеть трудные ситуации не в одиночестве. Это важный фактор, который помогает человеку не попасть в стигматизацию. Также психологическая составляющая аффилиации позволят постоянно совершенствовать свои коммуникативные навыки и чувствовать себя нужным и полезным для общества.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мюррей Г. Explorations in personality. / Г. Мюррей 1938. С. 83.
2. Диагностика мотивов аффилиации (А. Мехрабиан) // Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / под ред. Н.П. Фетискина, В.В. Козлова, Г.М. Мануйлова. - М.: Психотерапия, 2002. - С. 95.
3. Хорни К. Невротическая личность нашего времени. /К. Хорни СПб.: Питер, 2002.
4. Медицинский портал [Электронный ресурс].URL: <http://www.neboleem.net/affiliacija.php>