

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕ-
РАЦИИ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕ-
РАЦИИ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ

УРАЛЬСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА

Т.Н.ТРЕТЬЯКОВА, А.С.ТРЕТЬЯКОВА, М.С.ЛОКТЕВА

ЧЕЛОВЕК И ЕГО ПОТРЕБНОСТИ

**Учебно-методический комплекс дисциплины
для специальности 230500
«Социально– культурный сервис и туризм»**

**ЧЕЛЯБИНСК
2003**

ББК 65.9(2) - 968 + 87.61

УДК 648.04+1/14

Т 66

Третьякова Т.Н., Третьякова А.С., Локтева М.С. Человек и его потребности: Учебно-методический комплекс дисциплины. — Челябинск: УралГАФК, 2003. — 108 с.

В пособии рассматриваются основные структурные компоненты профессиональной подготовки студентов специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм»: программа дисциплины, теоретические основания учебного курса, методические указания к выполнению контрольных работ для студентов заочного факультета, методические указания к практическим занятиям, примерные темы для рефератов, приводятся объемные списки литературы по каждому разделу (к учебной программе, к лекционному курсу, к практическим занятиям и контрольным работам, к предложенной тематике рефератов), что значительно облегчает организацию самостоятельной работы студентов.

Список литературы — 220 назв.

Одобрено учебно-методической комиссией УралГАФК

Рецензенты: Орлов П.А., к.и.н., доцент ЮУрГУ

Новоселов В.Н., д.и.н., профессор УралГАФК

© Третьякова Т.Н., Третьякова А.С., Локтева М.С., 2003

© УралГАФК, 2003

54. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: Курс лекций. 2-е изд. перер. и доп., М.: Центр, 1997. –160 с.
55. Рачек В.Л., Казачун Н.У. Экономикаотрасли. Омск, 1993. –140 с.
56. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии СПб. Питер, 1999. – 712с.
57. Понятие деятельности в философской науке /Ред. В. Н. Сагатовский. Томск, 1978.– 224 с.
58. Стёпин В.С. Философская антропология и философия науки. М., 1992. –191 с.
59. Тараткевич М.В. Человек и его потребности. Минск: Беларусь, 1989. –207 с.
60. Тейяр де Шарден П. Феномен человека. М.: 1987.
61. Третьяков Н.Ф. Философия человека и общества. Омск: Наследие, 1997. –287 с.
62. Федцов В.Г. Культура сервиса. Учебное пособие. М.: Приор. 2000.–208 с.
63. Философия: Курс лекций: Учебное пособие для студентов вузов. М.: ВЛАДОС, 1997.– 384с.
64. Фролов И. Т. Перспективы человека. 2-е изд. М.: Политиздат, 1983.– 350 с.
65. Фромм Э. Иметь или быть? 2-е изд. М.: Прогресс, 1990.– 331 с.
66. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности: основные положения, исследование и применение: Учебное пособие. СПб.: Питер Пресс, 1997.– 606 с.
67. Хрестоматия по философии: Учебное пособие для вузов. Ростов-на-Дону, 1999.– 541 с.
68. Человек, мыслители прошлого и настоящего о его жизни, смерти и бессмертии: Учебное пособие, М.: 1991.–461 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Программа дисциплины «Человек и его потребности».....	5
Раздел 2. Теоретические основания учебного курса	
2.1. Социоприродная целостность человека ...	15
2.2. Понятие потребности, мотивации, интереса, способностей.....	24
2.3. Индивидуальные психические и физические особенности человека как основа его запросов.....	27
2.4. Классификация потребностей.....	46
2.5. Характеристика основных групп потребностей.....	49
2.6. Трансформация потребностей.....	62
2.7. Управление потребностями.....	64
2.8. Потребности и потребительское поведение человека.....	66
2.9. Литература к теоретическому курсу	81
Раздел 3. Методические указания к выполнению контрольных работ для студентов заочного факультета	
3.1. Общие рекомендации	86
3.2. Порядок выполнения контрольной работы	88
3.3. Темы контрольных работ	89
3.4. Литература для выполнения контрольных работ	91

Раздел 4. Методические указания к выполнению практических занятий	
4.1. Содержание практических занятий	96
4.2. Примерные темы для рефератов	102
4.3. Литература для практических работ и рефератов	104

- ситета, 1991.– 161 с.
40. Марченко Т.А. Потребность как социальное явление. М.: Высшая школа, 1990.– 128 с.
 41. Маршалл А. Принципы экономической науки, Т. I: Пер. с англ. М.: Издательская группа «Прогресс», 1993.– 416 с.
 42. Маршалл А. Принципы экономической науки, Т. III: Пер. с англ. М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. – 352 с.
 43. Мигولاتьев А.А. О человеческих потребностях / Социально-политический журнал. 1986. № 6. С. 45-56.
 44. Михайлов Н.Н. О потребностях человека, их возвышение и формировании. М.: Знание, 1981.– 64 с.
 45. Михайлов Н.Н. Потребности личности: проблемы формирования. Челябинский государственный педагогический институт, 1981.– 99 с.
 46. Москвичев С.Г. Проблемы мотивации в психологических исследованиях. Киев, 1975.–144 с.
 47. Мьякин А.В. Способности и потребности личности: диалектика формирования. М.: Мысль, 1983.– 261 с.
 48. Новая постиндустриальная волна на Западе: антология /Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia 1999.– 631 с.
 49. Пестель Э. За пределами роста: Пер. с англ. Е. В. Нетесовой; общ.ред. и вступ. ст. [С. 5-29]. М.: Прогресс, 1988.– 270 с.
 50. Петровский А.В. Личность, деятельность, коллектив. М.: Политиздат, 1982.– 255 с.
 51. Показатели устойчивого развития. Структура и методология Пер. с англ. Тюмень, 2000.– 359 с.
 52. Поршнева Б.Ф. Социальная психология и история. 2-е изд. М.: Наука, 1979.– 232 с.
 53. Радугин А.А. Философия: Курс лекций: Учебное пособие для вузов. 2-е изд. М.: 2000.– 269 с.

24. Здравомыслов А.Г. Проблема интереса в социологической теории. Изд-во Ленинградского университета, 1964. 74 с.
25. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта: Учебное пособие. М.: 1996. 317 с.
26. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: 2000. 368 с.
27. Иванчук Н.В. Потребности социалистической личности. М.: Мысль, 1986. 190 с.
28. Каган М.С. Философская теория ценности. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. 205 с.
29. Каган М.С. Человеческая деятельность (Опыт системного анализа). М.: Политиздат, 1974. 328 с.
30. Кармазина Т.П. Проблемы формирования культуры потребления. Минск: Наука и техника, 1986. 109 с.
31. Кассирер Э. Избранное. Опыт о человеке. М.: 1998. 780 с.
32. Кикнадзе Д.А. Потребности. Поведение. Воспитание. М.: Мысль. 1968. 148 с.
33. Ковалев С.М. Воспитание и самовоспитание. М.: Мысль. 1986. 287 с.
34. Коган В.З., Уханов В.А. Информация. Потребность. Деятельность. Томск: Изд-во Томского Университета, 1991. 191 с.
35. Куделин Е.Г. Диалектика производства и потребностей. М.: Политиздат, 1977.– 175 с.
36. Ламетри Ж.О. Человек-машина: Пер. с фр. Минск: Литература, 1998.– 704 с.
37. Легорнев С.Ф. Что считать услугой? М.: Знание, 1990.– 64 с.
38. Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. Изд. 2-е. М.: Политиздат, 1977.– 328 с.
39. Логунов В.Н. Общественная динамика потребностей и потребления. Воронеж: Изд-во Воронежского универ-

РАЗДЕЛ 1. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ЧЕЛОВЕК И ЕГО ПОТРЕБНОСТИ»

1.1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса — создание системы знаний о человеке и его потребностях, средствах и способах формирования новых потребностей, методах удовлетворения социальных и культурных потребностей индивида, семьи и общества.

Задачи курса — изучение системы потребностей их динамики, способов формирования и средств удовлетворения.

1.2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студенты должны:

- знать содержание ключевых понятий о потребностях человека («потребности», «классификация потребностей», «структура потребностей», «динамика потребностей», «способы и средства удовлетворения потребностей», «интерес», «стимул», «мотив», «индивидуальные и коллективные потребности», «процесс удовлетворения потребностей»), основные подходы понимания и описания поведения человек в потребностном поле в процессе формирования и удовлетворения потребностей;
- понимать социальное и культурное значение и роль потребностей в жизнедеятельности человека;
- иметь представление о теоретических и эмпирических законах, способах и средствах удовлетворения потребностей человека, о месте сервиса в жизнедеятельности человека, о способах практическо-

го применения знаний в области удовлетворения потребностей человека;

- овладеть навыками анализа различных социальных феноменов, прогнозирования и управления процессом удовлетворения потребностей человека.

Изучение программы необходимо в целях подготовки студентов к курсам, основой которых является сервисная направленность.

1.3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

1.4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Общая трудоемкость дисциплины	100				
Аудиторные занятия	34	34			
Лекции	17	17			
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	17	17			
Лабораторные работы (ЛР) и (или) другие виды аудиторных занятий					
Самостоятельная работа	66	66			
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат и (или) другие виды самостоятельной работы	*	*			
Вид итогового контроля (зачет, экзамен)	экзамен	экзамен			

- Горский Д.П. Учение Маркса об обществе. Критический анализ. М.: Наука, 1994. – 176 с.
- Григорьян Б.Т. Человек, его положение и призвание в современном мире. М.: Мысль, 1986.– 222 с.
- Григорьян Б.Т. Философия о сущности человека. М.: Политиздат, 1973.– 319 с.
- Губин В.Д., Некрасова Е.Н. Философская антропология. Учебное пособие для вузов. М.: 2000. 236 с.
- Гуков Н.В., Тангибердиева З.И. Экономика бытового обслуживания населения: Учебник для техникумов. М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984. 192 с.
- Деменчонок Э.В. Современная технократическая идеология в США. М.: Наука, 1984. 240 с.
- Демин М.В. Потребности как проблема философии / Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. 1984. № 2. с. 3-11.
- Дилигенский Г.Г. Кризис капитализма и проблема потребностей. /Вопросы философии. 1982. № 2. с. 95-102.
- Дилигенский Г.Г. потребности личности и общества / Коммунист, 1975. № 6. с. 71-82.
- Дилигенский Г.Г. Проблема теории человеческих отношений /Вопросы философии, 1977. № 2. с. 11-123.
- Дилигенский Г.Г. Проблема теории человеческих отношений /Вопросы философии, 1976. № 9. с. 30-43.
- Донченко Е.А. Потребление и развитие личности (Социально-психологический анализ). Киев: Наук.думка, 1982. 112 с.
- Донцов И.А. Самовоспитание личности: Философско-этические проблемы. М.: Политиздат, 1984. 285 с.
- Дружинин В.Н. Психология общих способностей. СПб.: Питер Ком, 1999. 368 с.
- Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. М.: Политиздат, 1986. 221 с.

28. Свободное время и свобода личности: деградация или развитие [5, 6, 22, 28, 60].

В методических указаниях к практическим занятиям, рассмотрена проблема человека и его потребностей с философских, психологических, экономических, педагогических позиций. Методологической основой данного курса явилась — материалистическая концепция, позволяющая осветить проблему в тесной связи с общественной средой, с учетом конкретно-исторической ситуации. Главной задачей дисциплины явилось формирование потребностей посредством знаний всестороннего гармоничного развития личности.

4.3. ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ И НАПИСАНИЯ РЕФЕРАТОВ

1. Абрамов М.А. География сервиса. М.: Мысль, 1985.— 225 с.
2. Алексеев В.П. Становление человечества. М.: Политиздат, 1984.— 462 с.
3. Баллер Э.А. Преемственность в развитии культуры. М.: Наука,—1969. 292 с.
4. Барулин В.С. Социально-философская антропология. М.: Омега, 1994.—256 с.
5. Бережной Н.М. Человек и его потребности /Под ред. В.Д. Диденко. М.: Форум, 2000.— 160 с.
6. Борисов Г.М. Личность и ее образ жизни. Ленинград: Знание, 1989.— 32 с.
7. Введение в философию: Учебник для вузов. В 2 ч. / Под общей ред. И.Т. Фролова. М.: Политиздат, 1990.
8. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. М.: 1996.— 416 с.

1. 4. 1. РАЗДЕЛЫ ДИСЦИПЛИН И ВИДЫ ЗАНЯТИЙ

1.4.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИ-

№ п/п	Раздел дисциплины	Лекций	ПЗ (или С)	ЛР
1	Проблема потребностей и ее значение в человекознании	1	1	6
2	Человек как "неспециализированное" существо: потребность в самореализации	2	2	6
3	Понятие и специфика человеческих потребностей	2	2	8
4	Деятельность как процесс удовлетворения потребностей	2	2	6
5	Творчество как потребность и вид деятельности	2	2	8
6	Социализация как результат реализации потребностей через деятельность	2	2	8
7	Общественное производство и человеческие потребности	2	2	8
8	Потребности человека и средства их удовлетворения	2	2	8
9	Потребности человека и их обслуживание	2	2	8
ИТОГО		17	17	66

НЫ

ТЕМА 1. ПРОБЛЕМА ПОТРЕБНОСТЕЙ И ЕЕ НАЗНАЧЕНИЕ В ЧЕЛОВЕКОЗНАНИИ

ПОТРЕБНОСТИ И УСЛОВИЯ ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ. Человек как социальная и физиологическая система. Сложность человека и его потребностей. Индивидуальные физиологические и психологические особенности человека — основа его запросов и потребностей. Основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека и их связь с социальной активностью. Общая характеристика индивидуальных и общественных потребностей.

СОЦИОПРИРОДНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ. Развитие общества и индивидуальных потребностей человека. Человеческие потребности и общественные интересы. Духовные потребности личности. Потребность человека в коммуникации, самореализации, собственности и статусе. Характер удовлетворения потребностей человека.

ТЕМА 2. ЧЕЛОВЕК КАК «НЕСПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ» СУЩЕСТВО: ПОТРЕБНОСТЬ В САМОРЕАЛИЗАЦИИ

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ЧЕЛОВЕКА КАК ЦЕЛОСТНОСТИ. Представление о человеке как социально-природном существе. Развитие представлений о человеке и его потребностях в истории философии. Наследственное и социальное в человеке и его потребностях. Значение понятий индивид, личность, человек в решении проблемы потребностей. эссенциализм, экзистенциализм и персонализм о природе и сущности человека и его потребностей. Проблема жизни и смерти.

11. Духовные потребности: стремление к лучшему [5, 16, 20].
12. Социальные потребности: конформизм или индивидуализм? [5, 16, 20, 24, 33, 55, 60].
13. Диалектика индивидуальных, коллективных и общечеловеческих потребностей [5, с. 16-20, 24, 25, 26, 28, 40].
14. Индивид как заложник интересов групп [5, 17, 18, 21, 24, 28, 41, 60].
15. Ценность и истина [4, 7, 8, 24, 29, 45, 54, 60, 62].
16. Ценность и полезность [4, 7, 8, 24, 29, 33, 45, 54, 60, 62].
17. Иерархия ценностей в жизни человека [5, 11, 24, 29, 60, 64].
18. Потребности и труд. Существует ли потребность в труде? [3, 5, 10, 12, 13, 28, 29, 30, 51, 58].
19. Потребность как первооснова деятельности [5, 24, 28, 30, 35, 39, 51, 58].
20. Труд как проявление деятельности [5, 24, 28, 35, 39, 51, 58, 60].
21. Роль труда в формировании человека [5, 12, 13, 24, 51, 58].
22. Труд как способ удовлетворения человеческих потребностей [5, 24, 28, 35, 39, 51, 58, 60].
23. Единство производства и человеческих потребностей [3, 5, 36, 42, 43, 60].
24. Производство и формирование новых потребностей [5, 24, 31, 33, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 48].
25. Место сервиса в удовлетворении человеческих потребностей [1, 5, 38, 63].
26. Уровень жизни и удовлетворение материальных потребностей человека [5, 21, 24, 28, 31].
27. Качество жизни: социальные и духовные потребности [5, 21, 28, 31, 36, 46].

ЗАНЯТИЕ 9

ПОТРЕБНОСТЬ В ОБРАЗОВАНИИ. ОБЩЕСТВО «МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ»: ИДЕАЛ ИЛИ ТУ- ПИК В РАЗВИТИИ

1. Образование и процесс самореализации человека.
2. Потребность в саморазвитии и самообразовании.
3. Исторические формы организации общества и реализация человеческих потребностей в саморазвитии.
4. Концепция общества «массового потребления» У. Рос-тоу.
5. Критика концепции общества «массового потребления». Альтернатива: общество устойчивого развития. [15; 17, с. 95-102; 22; 34; 44, с. 45-56; 49; 50; 52]

4.2. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ

1. Антропологические взгляды античности [12, 25, 62, 68, 69].
1. Философия человека в средние века [12, 25, 62, 68, 69].
2. Человек в эпоху Нового времени [12, 25, 62, 68, 69].
3. Экзистенциализм как философия человека [7, 8, 12, 13].
4. Дуальность природы человека [4, 5, с. 6-68, 7, 8, 11, 13].
5. Загадки происхождения человека [2, 7, 8, 13, 60].
6. Человек — венец природы: миф или реальность [2, 7, 8, 13, 60, 65].
7. Место человека в иерархии живых существ [2, 5, 7, 8, 11, 13, 53, 60, 68].
8. Человеческая индивидуальность: наследственность или среда? [5, 23, 33, 57, 60, 67].
9. Естественные потребности как жизненно важные потребности организма [5, 16, 19, 20, 24, 27, 60].
10. Материальные потребности как основа мотивации [5, 9, 21, 28, 33, 40, 44, 47].

СВОБОДА И СЧАСТЬЕ ЧЕЛОВЕКА. Потребность человека во внутренней и внешней свободе. Свобода как выбор и возможность его практической реализации. Идеал и долг как проявление свободы воли. Смысл жизни человека и проблема смерти: потребности и культуры.

ТЕМА 3. ПОНЯТИЕ И СПЕЦИФИКА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА. Определение потребности. Биологические и социальные потребности человека. Структура потребностей по У. Маслоу. Зависимость потребностей от уровня развития общества и условий деятельности. Потребности социальных групп, классов, общества.

ДИНАМИЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР ПОТРЕБНОСТЕЙ. Воспитание человеческих потребностей. Основные факторы, влияющие на процесс формирования новых потребностей человека. Роль воспитания в семье и в школе в формировании человеческих потребностей.

ТЕМА 4. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ПРОЦЕСС УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

ПОТРЕБНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Содержание деятельности. Субъект и объект деятельности. Продукт деятельности. Средства овладения целью как объектом. Материальная и идеальная деятельность.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ВИД СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ НОРМЫ. Деятельность и потребность к саморазвитию и самовоспитанию субъекта. Человек и искусственно созданные стимулы и средства.

ТЕМА 5. ТВОРЧЕСТВО КАК ПОТРЕБНОСТЬ И ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КЛАССИЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИДЕИ ДУХОВНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Философское, религиозное, культурное творчество человека, его социоприродные измерения. Учение Вернадского о биосфере и ноосфере, месте и назначении человека в преобразовании биосферы.

ПОЗНАНИЕ КАК СПЕЦИФИЧЕСКАЯ ФОРМА УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Деятельность и рациональность. Ценностная и целевая рациональность в деятельности. Познание как специфическая форма деятельности. Продуктивная и репродуктивная деятельность. Ритуальные действия, магия.

ТЕМА 6. СОЦИАЛИЗАЦИЯ КАК РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕРЕЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ЭВОЛЮЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ И МЕТОДОВ СОЦИАЛИЗАЦИИ Исторические формы организации общества и реализации человеческих потребностей в нем. Общественные институты и интересы людей. Социализация в современном обществе и механизмы ее влияния на человека. Постановка цели как необходимое условие для формирования жизненных стратегий человека.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ. Образование и процесс самореализации человека. Влияние образования на потребность взрослого человека в самоопределении и саморазвитии. Потребность общества в развитии образовательных систем и модернизации образовательных структур.

ТЕМА 7. ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ

6. Основные факторы и механизмы формирования разумных потребностей.
7. Формирование потребностей в условиях НТП.
8. Формирование потребностей в условиях рыночной экономики.
[3, с. 50-51; 5, с.129-144; 6, с. 10-15; 29; 33, с. 77-144; 39]

ЗАНЯТИЕ 7 ПРОИЗВОДСТВО, ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

1. Потребность — стимул развития производства.
2. Производство, потребление и становление потребностей человека.
3. Удовлетворение потребностей как процесс потребления.
4. Принцип социализации человеческих потребностей.
[3, с. 25-50; 19, с. 111-123; 21; 31; 33, с. 3-30; 36; 40; 41; 42, с. 122-130, 145-153; 55, с. 79-85, 110-114]

ЗАНЯТИЕ 8 СЕРВИС И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ИХ ОБСЛУЖИВАНИЕ

1. Сервис как система услуг.
2. Процесс принятия решения потребителем.
3. Поведение потребителя и факторы на него влияющие.
4. Структура бытового обслуживания.
5. Основные методы бытового обслуживания.
6. Требования потребителя к товару или услуге.
[1; 14, с. 10-21; 38; 56, с. 5-14, 126-130; 63, с. 3-31]

[24; 25; 26, с. 82-92, 102-125, 148-167; 33, с. 57-70; 47; 50; 60]

ЗАНЯТИЕ 5 ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТРУД И ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

1. потребность человека в деятельности.
2. Адаптация как функция деятельности.
3. Деятельность материальная и идеальная.
4. Труд как целесообразная деятельность.
5. Реализация схемы: потребности — способности — труд — самореализация.
6. Структура деятельности.
7. Диалогичность как свойство человеческой деятельности.
8. Игра, учение как виды деятельности.
[2, с. 129-173; 4; 5; 10; 11; 23; 30; 39; 45; 48; 51; 54; 57; 58; 59; 62]

ЗАНЯТИЕ 6 ПОТРЕБНОСТИ ЛИЧНОСТИ И ОБРАЗ ЖИЗНИ. ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ

1. Образ жизни как способ бытия личности.
2. Детерминация образа жизни личности.
3. Динамика человеческих потребностей. Становление творческих потребностей человека в жизненном процессе.
4. Образ жизни человека — обладание или бытие (по Э. Фромму «Иметь или быть?»).
5. Социальная сущность формирования потребностей личности.

ЕДИНСТВО ПРОИЗВОДСТВА И ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ Удовлетворение потребностей как процесс присвоения форм деятельности. Процесс потребления. Производство и формирование новых потребностей. Профессиональная деятельность и формирование потребностей. Интересы и потребности как исходные детерминанты социальной деятельности людей.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА И ЕЕ ПОСЛЕДСТВИЯ Человек и окружающая среда. Современные направления глобальной и социальной экологии, экологии культуры человека, космической антропо-экологии.

ТЕМА 8. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И СРЕДСТВА ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ

СТРУКТУРА ЖИЗНЕННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА Биолого-физиологические, биолого-воспроизводственные, социально-бытовые и социально-культурные потребности. Проблемы здоровья человека и особенности организации социально-гигиенического мониторинга. Процесс и структура личного потребления.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ИХ ОТРАЖЕНИЕ В ПОЛИТИКЕ ГОСУДАРСТВА Проблема реализации потребности человека в сфере занятости. Потребности в обслуживании частично трудоспособного населения и перспективы его развития. Реализация потребностей инвалидов, детей-сирот с помощью органов социальной защиты.

ТЕМА 9. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ИХ ОБСЛУЖИВАНИЕ

СТРУКТУРА БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ Учет природ-

ных и социальных факторов в структуре обслуживания человеческих потребностей. Социальная и экономическая зависимость различных видов бытового обслуживания. Обеспечение оптимальной инфраструктуры обслуживания с учетом природных и социальных факторов.

МЕТОДЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ. Понятие услуги. Характеристика и структура основных услуг. Основные методы предоставления услуг населению в сфере бытового обслуживания.

1.5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1

ПРОБЛЕМА ЧЕЛОВЕКА В ФИЛОСОФСКОЙ МЫСЛИ. О ПРИРОДЕ И СУЩНОСТИ ЧЕЛОВЕКА. ЛИЧНОСТЬ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2

РАЗВИТИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПОТРЕБНОСТЯХ ЧЕЛОВЕКА В ИСТОРИИ ФИЛОСОФИИ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3

СОДЕРЖАНИЕ, СТРУКТУРА И КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ, КОЛЛЕКТИВНЫЕ И ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ. ПОТРЕБНОСТИ, ИНТЕРЕСЫ, ЦЕННОСТИ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТРУД И ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6

ПОТРЕБНОСТИ ЛИЧНОСТИ И ОБРАЗ ЖИЗНИ. ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7

ПРОИЗВОДСТВО, ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

3. Классификация потребностей А. Маслоу, теория ERG Альдерфера.

4. Философская классификация:

- естественные (витальные) потребности;
- материальные потребности;
- социальные потребности;
- духовные потребности.

5. Разумные и неразумные потребности как ценностно-ориентированные.

6. Информационные потребности.

7. Рекреационные потребности.

[5; 9; 16, с. 3-11; 18, с. 71-82; 19, с. 30-43; 24; 27, с. 158-161; 28; 35; 44; 45; 60; 62]

ЗАНЯТИЕ 4

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ, КОЛЛЕКТИВНЫЕ И ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ. ПОТРЕБНОСТИ, ИНТЕРЕСЫ, ЦЕННОСТИ

1. Индивидуальные потребности как потребности, детерминированные индивидуальным строением организма.
2. Коллективная деятельность — субстанция коллективных потребностей.
3. Потребности в природных ресурсах и социоэкономическое развитие человечества.
4. Потребности и интересы. Природа интереса.
5. Индивидуальные и общественные интересы.
6. Классическая триада ценностей как основание культуры.
7. Ценности культуры и ценностные ориентации личности.

РАЗВИТИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПОТРЕБНОСТЯХ ЧЕЛОВЕКА В ИСТОРИИ ФИЛОСОФИИ

1. Философы античности о человеческих потребностях (Солон, Протагор, софисты Калликл и Фразимах, Сократ, Демокрит, Платон, Аристотель, Эпикур, стоик Зенон).
2. Средневековые теологи Августин Блаженный, Фома Аквинский.
3. Философы Нового Времени (Ф. Бекон, Д. Локк, Р. Декарт) и просветители XVIII в. (Ж.-Ж. Руссо, П. Гольбах, К. Гельвеций, Ж. Ламетри) о природе и сущности потребностей.
4. Буржуазная политэкономия о потребностях и потреблении (А. Смит, Д. Рикардо).
5. Немецкая классическая философия и вопросы потребностей (И. Кант, Г. Гегель, Л. Фейербах).
6. Потребности в иррационализме XIX в. (А. Шопенгауэр, Ф. Ницше).
7. Русские мыслители о потребностях человека (М. В. Ломоносов, теория разумного эгоизма Н.Г. Чернышевского, В.С. Соловьев, Н.А. Бердяев).
[12; 25, с. 8-20; 37, с. 294-374; 43, с. 189-207; 44, с. 45-56; 46; 62; 68; 69]

ЗАНЯТИЕ 3 СОДЕРЖАНИЕ, СТРУКТУРА И КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

1. Содержание понятия «потребность». Динамический характер потребностей.
2. Соотношение понятий: потребность, мотив, цель, стимул. Потребности в структуре личности.

ВЕКА

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8 СЕРВИС И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ. ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ИХ ОБСЛУЖИВАНИЕ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9 ПОТРЕБНОСТЬ В ОБРАЗОВАНИИ. ОБЩЕСТВО «МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ»: ИДЕАЛ ИЛИ ТУПИК В РАЗВИТИИ

1.6. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

а) ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Ершов П.М. Потребности человека. — М.: Мысль, 1990.
2. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. — М.: Политиздат, 1986.
3. Каган М.С. Человеческая деятельность: (Опыт системного анализа). — М.: Политиздат, 1974.
4. Марченко Т.А. Потребность как социальное явление. — М.: Высш. шк., 1990.
5. Михайлов Н.Н. О потребностях человека, их возвышении и формировании. — М.: Знание, 1981.
6. Туев В.А. Человеческие потребности. — Иркутск: ИГЭА, 1997.

б) ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Гуревич П.С. Философская антропология. — М.: Логос, 1997.
2. Воронцов Б.Н. Разумные потребности личности: сущность, критерий, пути формирования. — Воронеж:

Изд-во Воронеж. ун-та, 1990.

3. Деятельность: теории, методология, проблемы. — М.: Политиздат, 1990.
4. Кассирер Э. Опыт о человеке: Введение в философию человеческой культуры // Проблема человека в Западной философии. — М., 1983.
5. Мялкин А.В. Способности и потребности личности: диалектика формирования. — М.: Мысль, 1983.
6. Нельга А.В. Формирование потребности в труде. — Киев: Выща шк., 1986.
7. Самсин А.И. Социально-философские проблемы исследования потребностей. — М.: Высш. шк., 1987.
8. Человек: иллюстрированный общественно-политический и научно-популярный журнал. Наука, 1990-2001.
9. Человек и его потребности. Учебное пособие под ред. проф. Оганяна К.М. — СПб.: Изд-во СПбТИС, 1997.
10. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики: Пер. с англ. — СПб.: Евразия, 1997.
11. Фромм Э. Человеческая ситуация: ер. с англ. — М.: Смысл, 1995.

РАЗДЕЛ 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА

СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

ЗАНЯТИЕ 1

ПРОБЛЕМА ЧЕЛОВЕКА В ФИЛОСОФСКОЙ МЫСЛИ. О ПРИРОДЕ И СУЩНОСТИ ЧЕЛОВЕКА. ЛИЧНОСТЬ

1. Философская антропология и философия человека: истоки и развитие:
 - а) предпосылки антропологической проблематики в философии Древнего Востока и Древней Греции;
 - б) человек в христианских религиозных концепциях;
 - в) антропологический поворот в философской мысли (эпоха возрождения, философия Просвещения, экзистенциализм).
2. Бытие человека — биологическое, социальное, духовное. Человек как биосоциальное существо.
3. Уникальность человека. Переход от биологической организации жизнедеятельности к социокультурной деятельности человека.
4. Связь человека с животным в концепциях:
 - а) Э. Кассирера «человек — символическое животное»;
 - б) З. Фрейда «человек — животное, испытывающее раскаяние»;
 - в) Ф. Ницше «человек — суперживотное»;
 - г) Э. Фромма «человек — беспомощное животное»;
 - д) Б.Ф. Поршнева «сверхживотное и человек».
5. Потребности и сущность человека.
6. Личность — способ бытия человека в обществе. Понятие индивидуальности.
[2; 4; 5, с. 6-68; 7; 8, с. 219-258; 11; 13; 32, с. 470-472; 53; 54; 61; 64, с. 17-27; 65; 67].

ЗАНЯТИЕ 2

56. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии СПб. Питер, 1999.- 712с.
57. Понятие деятельности в философской науке /Ред. В. Н. Сагатовский. Томск, 1978.- 224 с.
58. Стёпин В.С. Философская антропология и философия науки. М., 1992.- 191 с.
59. Тараткевич М.В. Человек и его потребности. Минск: Беларусь, 1989.- 207 с.
60. Тейяр де Шарден П. Феномен человека. М.: 1987.
61. Третьяков Н.Ф. Философия человека и общества. Омск: Наследие, 1997.– 287 с.
62. Федцов В.Г. Культура сервиса. Учебное пособие. М.: Приор. 2000.– 208 с.
63. Философия: Курс лекций: Учебное пособие для студентов вузов. М.: ВЛАДОС, 1997.– 384с.
64. Фролов И. Т. Перспективы человека. 2-е изд. М.: Политиздат, 1983.– 350 с.
65. Фромм Э. Иметь или быть? 2-е изд. М.: Прогресс, 1990. 331 с.
66. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности: основные положения, исследование и применение: Учебное пособие. СПб.: Питер Пресс, 1997.– 606 с.
67. Хрестоматия по философии: Учебное пособие для вузов. Ростов-на-Дону, 1999.– 541 с.
68. Человек, мыслители прошлого и настоящего о его жизни, смерти и бессмертии: Учебное пособие, М.: 1991.– 461 с.

РАЗДЕЛ 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

4.1. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

2.1. СОЦИОПРИРОДНАЯ ЦЕЛОСТНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА

ФЕНОМЕН ДВОЙСТВЕННОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ

Как известно, человек – высшая ступень развития живых организмов на Земле. Как уникальный биологический вид, как *Homo sapiens*, человек возник более 2 млн. лет назад в результате длительного процесса становления общества, который одновременно являлся и периодом формирования человека. Данный процесс получил название антропосоциогенеза. Уже само название данного процесса говорит о том, человек по своей природе является целостным биосоциальным существом. Социальное в человеке не противостоит биологическому и не проистекает из биологического. От рождения человек получает такую телесную (природную) организацию, в которой изначально запрограммирована возможность её универсального социально-деятельного развития. В то же время, хотя сущность человека (по К.Марксу) состоит в совокупности всех общественных отношений, она призвана отразить лишь те устойчивые связи, которые определяют внутреннюю логику развития человека как природного существа. «Социальная жизнь» утверждает и развивает антропогенетические человеческие качества, которые выражаются в многообразных аспектах жизнедеятельности человека.

«Появление человека можно определить как возникновение той точки в процессе эволюции, где инстинктивная адаптация свелась к минимуму. Но человек появился с новыми свойствами, отличающими его от животного: осознанием себя как отдельного существа; способностью помнить прошлое, предвидеть будущее и обозначать предметы и действия символами; разумом для постижения и понимания мира; и воображением, благодаря кото-

рому он выходит далеко за пределы своих ощущений». Можно считать, что человек, будучи самым беспомощным из всех животных, приобретает силу, недостижимую для других представителей животного мира. Эта сила — в его специфически, отмеченных выше, человеческих свойствах. Но, именно поэтому сама человеческая природа изначально двойственна: он часть природы, субъект её физических законов, неспособный изменить их; и всё же он выходит за пределы остальной природы. Он обособлен, будучи в то же время и частью целого. «Он бездомен и при этом прикован к дому, который он делит с другими творениями..., он не может избавиться от своего ума, даже если б и захотел; он не может избавиться от своего тела, пока жив, - и это тело заставляет его хотеть жить». Благодаря разуму человеческая жизнь не может «проживаться» по образцу, заданному роду, т.к. человек должен жить сам. Человек, в отличие от других животных, может быть недовольным своей жизнью, его собственное существование всегда составляет для него проблему, которую он стремится разрешить. Он не может вернуться к чисто биологическому существованию, обеспечивающему ему полную гармонию с природой, он должен продолжать развивать свой разум, пока не станет хозяином природы и самому себе.

Сам динамизм человеческой истории связан с развитием человеческого разума, в ходе которого создаётся особый «человеческий» мир, в котором человек может чувствовать себя в согласии с собой и со своими ближними. Каждая достигнутая стадия человеческого развития рождает новую неудовлетворённость его двойственной природы и является источником дальнейшего развития. Именно противоречивость существования человека заставляет его идти к новым решениям. Врожденного, биологического стремления к постоянному развитию у чело-

- 1993.– 416 с.
42. Маршалл А. Принципы экономической науки, Т. III: Пер. с англ. М.: Издательская группа «Прогресс», 1993.– 352 с.
 43. Мигولاتьев А.А. О человеческих потребностях / Социально-политический журнал. 1986. № 6. С. 45-56.
 44. Михайлов Н.Н. О потребностях человека, их возвышение и формировании. М.: Знание, 1981.– 64 с.
 45. Михайлов Н.Н. Потребности личности: проблемы формирования. Челябинский государственный педагогический институт, 1981.– 99 с.
 46. Москвичев С.Г. Проблемы мотивации в психологических исследованиях. Киев, 1975.– 144 с.
 47. Мялкин А.В. Способности и потребности личности: диалектика формирования. М.: Мысль, 1983.– 261 с.
 48. Новая постиндустриальная волна на Западе: антология /Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia 1999.– 631 с.
 49. Пестель Э. За пределами роста: Пер. с англ. Е. В. Нетесовой; общ.ред. и вступ. ст. [С. 5-29]. М.: Прогресс, 1988.- 270 с.
 50. Петровский А.В. Личность, деятельность, коллектив. М.: Политиздат, 1982.- 255 с.
 51. Показатели устойчивого развития. Структура и методология Пер. с англ. Тюмень, 2000.- 359 с.
 52. Поршнева Б.Ф. Социальная психология и история. 2-е изд. М.: Наука, 1979.- 232 с.
 53. Радуги А.А. Философия: Курс лекций: Учебное пособие для вузов. 2-е изд. М.: 2000.- 269 с.
 54. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: Курс лекций. 2-е изд. перер. и доп., М.: Центр, 1997.- 160 с.
 55. Рачек В.Л., Казачун Н.У. Экономикаотрасли. Омск, 1993.- 140 с.

26. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: 2000.– 368 с.
27. Иванчук Н.В. Потребности социалистической личности. М.: Мысль, 1986.– 190 с.
28. Каган М.С. Философская теория ценности. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. 205 с.
29. Каган М.С. Человеческая деятельность (Опыт системного анализа). М.: Политиздат, 1974.– 328 с.
30. Кармазина Т.П. Проблемы формирования культуры потребления. Минск: Наука и техника, 1986. 109 с.
31. Кассирер Э. Избранное. Опыт о человеке. М.: 1998.– 780 с.
32. Кикнадзе Д.А. Потребности. Поведение. Воспитание. М.: Мысль. 1968.– 148 с.
33. Ковалев С.М. Воспитание и самовоспитание. М.: Мысль. 1986.– 287 с.
34. Коган В.З., Уханов В.А. Информация. Потребность. Деятельность. Томск: Изд-во Томского Университета, 1991.– 191 с.
35. Куделин Е.Г. Диалектика производства и потребностей. М.: Политиздат, 1977.– 175 с.
36. Ламетри Ж.О. Человек-машина: Пер. с фр. Минск: Литература, 1998.– 704 с.
37. Легорнев С.Ф. Что считать услугой? М.: Знание, 1990.– 64 с.
38. Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность. Изд. 2-е. М.: Политиздат, 1977.– 328 с.
39. Логунов В.Н. Общественная динамика потребностей и потребления. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1991.– 161 с.
40. Марченко Т.А. Потребность как социальное явление. М.: Высшая школа, 1990.– 128 с.
41. Маршалл А. Принципы экономической науки, Т. I: Пер. с англ. М.: Издательская группа «Прогресс»,

века нет. «...он вынужден идти вперед и вечно стараться сделать неизвестное известным,... он должен давать себе отчет о самом себе и о смысле своего существования». В этом постоянном процессе развития человека пытается преодолеть свой внутренний разум, приблизиться одновременно и к природе, и к своим ближним, и к самому себе. Данное противоречие природы человека неустранимо, но на него человек реагирует различными способами, в зависимости от своей культуры и характера. В значительной степени эффект таких реакций зависит от наличия чувства солидарности с ближними, с прошлыми и будущими поколениями. Следовательно, человек должен принять на себя ответственность за самого себя и признать, что только собственными силами он может придать смысл своей жизни. В жизни человека нет иного смысла, кроме того, какой он сам придаст ей, раскрывая свои силы.

Итак, двойственность, дисгармония человеческого существования порождает потребности, выходящие далеко от животных (инстинктивно-биологических) потребностей человека. Эти потребности выражаются в настойчивом стремлении восстановить единство и равновесие между человеком и остальной природой. Человек пытается восстановить это равновесие, прежде всего мысленно. Но этого недостаточно. Ему приходится стремиться к переживанию единства во всех сферах бытия, только в этом случае он найдёт новое равновесие. Это вызвано уже неоднократным упоминанием о том, что человек наделён не только умом, но и телом, и ему приходится реагировать на двойственность своего существования не только мыслью, но и жизнью, чувствами и действиями. Во всех сферах человеческих усилий действия выступают как единство интеллектуальных проявлений, проявлений чувств и ощущений.

Исследования человека как целостности предполагает комплексный подход. Он основан на представлении о человеке как социально-природном существе, о неразделённости и в то же время неслиянности его социальной сущности и биологической природы, на данных естественных и общественных наук.

Отмеченная социоприродная целостность человека предполагает и наличие множества свойств, которые можно сгруппировать. Группировки или совокупности свойств человека выступают в качестве его измерений. В этих измерениях социальное и природное оказываются в значительной мере неразрывными. Применительно к человеку термин «измерение» стал использоваться довольно часто: человеческое измерение экономических реформ, социальных и политических преобразований, в сценариях социально-природных процессов и т.п.

К социоприродным измерениям человека отнесены следующие:

- Измерение 1(И1) — это здоровье человека, охватывающее глобальный популяционный и индивидуальный уровни (к функциям популярного здоровья отнесены труд, воспроизводство, воспитание человека (социализация);
- Измерение 2(И2) — совокупность социоприродных валентностей (хозяйственный уклад, институт семьи, культурная традиция, язык), определяющих возможности и направленность реализации социальной активности человека;
- Измерение 3(И3) — отражает эволюционно-экологические основы здоровья человека и его психофизиологические возможности;
- Измерение 4(И4) — социоприродный, биосферно-неосферный мир, в котором реализуются психофизиологические возможности и резервы человека;

12. Губин В.Д., Некрасова Е.Н. Философская антропология. Учебное пособие для вузов. М.: 2000.— 236 с.
13. Гуков Н.В., Тангибердиева З.И. Экономика бытового обслуживания населения: Учебник для техникумов. М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984.— 192 с.
14. Деменчонок Э.В. Современная технократическая идеология в США. М.: Наука, 1984.— 240 с.
15. Демин М.В. Потребности как проблема философии / Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. 1984. № 2. с. 3-11.
16. Дилигенский Г.Г. Кризис капитализма и проблема потребностей. /Вопросы философии. 1982. № 2. с. 95-102.
17. Дилигенский Г.Г. потребности личности и общества / Коммунист, 1975. № 6. с. 71-82.
18. Дилигенский Г.Г. Проблема теории человеческих отношений /Вопросы философии, 1977. № 2. с. 11-123.
19. Дилигенский Г.Г. Проблема теории человеческих отношений /Вопросы философии, 1976. № 9. с. 30-43.
20. Донченко Е.А. Потребление и развитие личности (Социально-психологический анализ). Киев: Наук.думка, 1982.— 112 с.
21. Донцов И.А. Самовоспитание личности: Философско-этические проблемы. М.: Политиздат, 1984.— 285 с.
22. Дружинин В.Н. Психология общих способностей. СПб.: Питер Ком, 1999. 368 с.
23. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. М.: Политиздат, 1986.— 221 с.
24. Здравомыслов А.Г. Проблема интереса в социологической теории. Изд-во Ленинградского университета, 1964.— 74 с.
25. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта: Учебное пособие. М.: 1996.— 317 с.

37. Смысл жизни как стержневая потребность личности [5, 7, 8, 11, 13, 54, 57, 60, 61, 69].
38. Управление потребностями [5, 21, 24, 28, 33, 45, 46].
39. Динамика человеческих потребностей [5, 21, 24, 28, 45, 57].
40. Сервис в удовлетворении рекреационных потребностей человека [27, 63].

3.4. ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Абрамов М.А. География сервиса. М.: Мысль, 1985.– 225 с.
2. Алексеев В.П. Становление человечества. М.: Политиздат, 1984.– 462 с.
3. Баллер Э.А. Преемственность в развитии культуры. М.: Наука, 1969.– 292 с.
4. Барулин В.С. Социально-философская антропология. М.: Омега, 1994.– 256 с.
5. Бережной Н.М. Человек и его потребности /Под ред. В.Д. Диденко. М.: Форум, 2000.– 160 с.
6. Борисов Г.М. Личность и ее образ жизни. Ленинград: Знание, 1989.– 32 с.
7. Введение в философию: Учебник для вузов. В 2 ч. / Под общей ред. И.Т. Фролова. М.: Политиздат, 1990.
8. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. М.: 1996.– 416 с.
9. Горский Д.П. Учение Маркса об обществе. Критический анализ. М.: Наука, 1994.– 176 с.
10. Григорьян Б.Т. Человек, его положение и призвание в современном мире. М.: Мысль, 1986.– 222 с.
11. Григорьян Б.Т. Философия о сущности человека. М.: Политиздат, 1973.– 319 с.

- Измерения 5(И5) — выражение слабых экологических связей, определяющих электромагнитные (и вообще полевые) основы жизнедеятельности человека.

Схематично данные измерения человека приведены на рис. 1

Перечисленные измерения человека представляют собой интегральное образование, нераздельную совокупность. Они зависят от социальной деятельности человека, его знаний.

Стремление к полноте бытия свойственно всем людям, т.к. всем «досталась» человеческая ситуация с её двойственностью и постоянной неудовлетворённостью. В то же время каждый человек по-своему разрешает свою

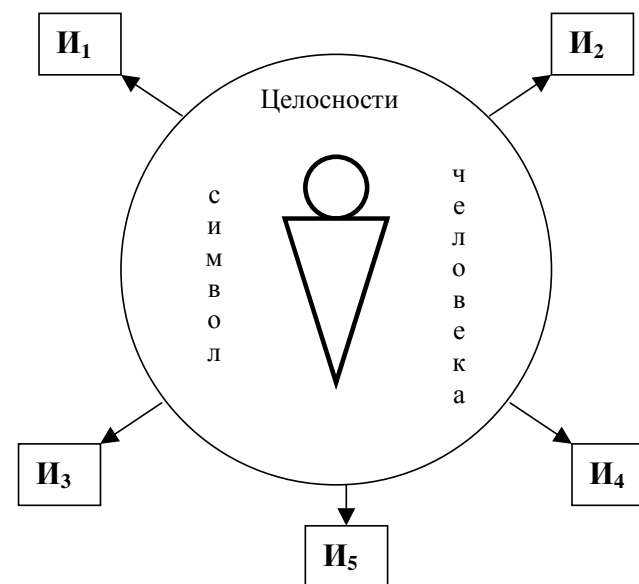


Рис. 1. Основная идея концепции комплексного изучения человека.

«человеческую» проблему, и поэтому люди — уникальны. Для человеческого существования характерно бесконеч-

ное разнообразие личностей.

Личность — это целостность врождённое (биологических) и приобретённых (социальных) свойств, характеризующих индивида и делающих его уникальной индивидуальностью.

Индивид (конкретный человек) может вступать в отношения с другими людьми по-разному: он может их любить или ненавидеть, или быть безразличным; он может соперничать или сотрудничать; он может построить социальную систему, основанную на равенстве или диктатуре, на свободе или насилии. Во всех этих отношениях реализуется человеческая энергия, проводником которой является «качество» личности.

Под качеством личности в данном случае понимаем степень освоения человеком (индивидом) тех норм культуры, которые достигнуты в обществе в момент его рождения и дальнейшей жизнедеятельности. Причём, культурные модели и социальные институты не просто «воздействуют» на индивида. Происходит взаимодействие, в ходе которого вся личность обычного индивида «штампуются» по образцу отношений, принятых в семье, социальных группах, организациях и т.п. Здесь настолько велика роль социально-экономической и политической структур общества, что из анализа одной личности можно вывести представление (хотя бы в общих чертах) обо всей социальной структуре, в которой она действует.

Внешний мир (социальной среды) можно воспринимать двояко: репродуктивно и созидательно. Репродуктивное восприятие подобно фотографированию. Созидательное восприятие подобно оживлению и воссозданию новых элементов среды (посредством спонтанной активности сил разума и чувств). Каждый человек воспринимает внешнюю среду и репродуктивно и созидательно, но удельный вес каждого вида восприятия неодинаков. Когда

19. Потребности и труд. Существует ли потребность в труде? [3, 5, 10, 12, 13, 28, 29, 30, 51, 58].
20. Потребность как первооснова деятельности [5, 24, 28, 30, 35, 39, 51, 58].
21. Труд как проявление деятельности [5, 24, 28, 35, 39, 51, 58, 60].
22. Роль труда в формировании человека [5, 12, 13, 24, 51, 58].
23. Труд как способ удовлетворения человеческих потребностей [5, 24, 28, 35, 39, 51, 58, 60].
24. Единство производства и человеческих потребностей [3, 5, 36, 42, 43, 60].
25. Производство и формирование новых потребностей [5, 24, 31, 33, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 48].
26. Смысл богатства человека: Иметь или быть?
27. Саморазвитие как процесс самосовершенствования [5, 6, 22, 33, 34].
28. Самореализация как высшая потребность человека [5, 11, 12, 24, 29, 60, 66].
29. Специфика формирования потребности человека в непрерывном образовании [5, 22, 33, 34, 48].
30. Место сервиса в удовлетворении человеческих потребностей [1, 5, 38, 63].
31. Уровень жизни и удовлетворение материальных потребностей человека [5, 21, 24, 28, 31].
32. Качество жизни: социальные и духовные потребности [5, 21, 28, 31, 36, 46].
33. Образ жизни как предпосылка воспитания всесторонне развитой личности [5, 6, 33, 34, 60].
34. Разумные потребности и здоровый образ жизни [5, 6, 27, 33, 34, 50, 52, 60].
35. Свободное время и свобода личности: деградация или развитие [5, 6, 22, 24, 32, 60, 66].
36. Потребление как образ жизни [5, 6, 15, 33, 34, 49, 60].

5. Дуальность природы человека [4, 5, с.6-68, 7, 8, 11, 13].
6. Загадки происхождения человека [2, 7, 8, 13, 60]
7. Человек — венец природы: миф или реальность [2, 7, 8, 13, 60, 65].
8. Место человека в иерархии живых существ [2, 5, 7, 8, 11, 13, 53, 60, 68].
9. Человеческая индивидуальность: наследственность или среда? [5, 23, 33, 57, 60, 67].
10. Естественные потребности как жизненно важные потребности организма [5, 16, 19, 20, 24, 27, 60].
11. Материальные потребности как основа мотивации [5, 9, 21, 28, 33, 40, 44, 47].
12. Духовные потребности: стремление к лучшему [5, 16, 20].
13. Социальные потребности: конформизм или индивидуализм? [5, 16, 20, 24, 33, 55, 60].
14. Диалектика индивидуальных, коллективных и общечеловеческих потребностей [5, с. 16-20, 24, 25, 26, 28, 40].
15. Индивид как заложник интересов групп [5, 17, 18, 21, 24, 28, 41, 60].
16. Ценность и истина [4, 7, 8, 24, 29, 45, 54, 60, 62].
17. Ценность и полезность [4, 7, 8, 24, 29, 33, 45, 54, 60, 62].
18. Иерархия ценностей в жизни человека [5, 11, 24, 29, 60, 64].

Первая буква фамилии студента	Последняя цифра зачетной книжки студента									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А, Б, В, Г, Д, Е, Ж, З, И, К	1	4	7	10	13	16	19	22	25	28
Л, М, Н, О, П, Р, С, Т, У	2	5	8	11	14	17	20	23	26	29
Ф, Х, Ч, Ш, Щ, Э, Ю, Я	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30

восприятие носит преимущественно репродуктивный характер, человек, в основном, видит только то, что находится на поверхности, не способен проникнуть в глубь, в сущности происходящего. Он видит детали, но не целое; видит деревья, но не видит леса. Такой человек, конечно, не лишён воображения, но оно лишь переносит в будущее результаты перечисления и комбинирования уже известных и уже существенных факторов. Такой человек обеднён социально. Когда же восприятие внешнего мира носит преимущественно созидательный характер, то человек не воспринимает те реальные факторы, которые видны всем. Он стоит в своём внутреннем мире собственную реальность, и для него реальность — символ и отражение его внутреннего мира. Такой человек не может функционировать социально.

Следовательно, оба отклонения от нормативного восприятия реальности, когда какая-либо способность относительно атрофируется (созидательная или репродуктивная) представляются не плодотворными формами социальной ориентации человека. Нормальное человеческое существо в состоянии относиться к внешней среде одновременно и воспринимая её данность, и постигая её, оживив и обогатив её собственной энергией (личностными качествами). Результатом такого взаимодействия противоположных способностей восприятия внешней среды являются не столько материальные вещи, произведения искусства, науки, литературы и пр., сколько сам человек. Речь идёт не о самом факте рождения человека и не о его физическом росте. Речь идёт о том, чтобы дать жизнь интеллектуальным и эмоциональным возможностям, дать жизнь своему «полному Я». Учитывая, что многие факторы внешней среды часто мешают этому процессу, человек умирает прежде, чем успевает полностью раскрыться (т.е. полностью родиться). Для полного раскрытия сущности

человеческого Я необходимы и в нём самом, и во внешней среде такие элементы взаимодействия как забота, ответственность, уважение, знание.

Процесс, в ходе которого индивид приобретает те или иные личностные качества, называется социализацией. Он начинается в семье, где происходит социализация детства или первичная социализация. Семья — это «психический посредник» общества. Приспосабливаясь к своей семье, ребёнок обретает социальные качества, которые позже позволяют ему приспособиться к задачам, предстоящим в социальной жизни. Несмотря на то, что люди постоянно рождаются и умирают, социализация даёт возможность обществу воспроизводить самого себя, является условием сохранения и развития социальной культуры.

Кроме первичной, существует вторичная, подготовительная и повторные виды социализации. Вторичная социализация – это последующий процесс, который вводит социализированного индивида в другие секторы общества (школа, профессиональная группа, армия и т.д.) Подготовительная социализация — это принятие индивидом ценностей группы, к которой он хотел бы принадлежать, что облегчает переход от одного этапа жизненного цикла к другому (абитуриент → студент, незамужняя → замужняя и т.д.). Повторная социализация (ресоциализация) возможна у взрослых людей в случае значительных жизненных изменений. Она возможна в двух формах:

1) в форме усвоения новых ценностей, ролей, навыков в место прежних, недостаточно усвоенных или устаревших (сельский житель → городской);

2) в форме отступления от принятых в обществе систем ценностей, норм, ролей (преступления).

Таким образом, не только общество формирует личность, но и в определённой мере сама природа человека формирует общественные условия его жизни. Социаль-

3.2. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Каждый студент выполняет вариант контрольной работы, номер которого совпадает с последней цифрой зачетной книжки и первой буквой своей фамилии (табл.1).

Таблица 1

Определение номера варианта контрольной работы

Например: последняя цифра зачетной книжки «3», а фамилия студента Петров, тогда номер темы контрольной работы «8».

Содержание контрольного задания должно быть переписано из настоящих методических указаний.

Контрольная работа предоставляется строго в срок, согласно календарному графику учебного процесса в деканат заочного факультета.

Получив проверенную работу, студент должен исправить все отмеченные ошибки и замечания рецензента. Исправления и дополнения должны быть выполнены на отдельных листах и вложены на соответствующие места рецензируемой работы. Если работа не зачтена, студент должен выполнить ее повторно.

На зачет студенту необходимо прийти с зачетной книжкой и контрольной работой.

3.3. ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Антропологические взгляды античности [12, 25, 62, 68, 69].
2. Философия человека в средние века [12, 25, 62, 68, 69].
3. Человек в эпоху Нового времени [12, 25, 62, 68, 69].
4. Экзистенциализм как философия человека [7, 8, 12,13].

формацию и формировать собственную точку зрения на поставленную проблему.

Контрольная работа выполняется в форме реферата, текст излагается на одной стороне листа формата А4. Номера страниц ставятся в середине верхнего или нижнего листа. Таблицы, графики, рисунки, помещаемые в работе, нумеруются и поясняются подписями.

Выполненное задание должно содержать:

I. Титульный лист с указанием дисциплины, темы задания, Ф.И.О. исполнителя, курса, факультета.

II. План контрольной работы. В плане следует отразить те аспекты содержания выбранной темы, которые будут рассмотрены в процессе выполнения контрольной работы. Например, план темы «Место человека в иерархии живых существ» может быть следующим:

1. Введение, где делается краткое вступительное слово, обосновывается актуальность темы и ставится цель работы.

2. Теория происхождения человека:

- а) религиозная интерпретация;
- б) космическая теория;
- в) эволюционная теория.

3. Природа и сущность человека. Уникальность человека.

4. Человек сегодня: состояние, проблемы, перспективы развития.

5. Заключение. В заключении необходимо подвести итоги рассматриваемой темы, сделать краткие выводы в соответствии с поставленной целью.

III. Список используемой литературы. В список нужно включать только те источники, которые были задействованы в процессе выполнения работы.

ный процесс можно понять, только исходя из знания подлинной сущности человека, его и физиологических и психических свойств, изучая взаимодействие между природой человека и природой внешних условий его жизни.

«Проблема человеческого существования» совершенно уникальна: человек вышел из природы - и всё же пребывает в ней; он отчасти «божество», отчасти – животное, он и бесконечен, и ограничен. Необходимость вновь и вновь разрешать противоречия своего существования, находить всё более высокие формы единства с природой, своими собратьями и самим собой.

Вот источник всех душевных сил, движущих человеком, источник всех его страстей, аффектов и стремлений. В той мере, в какой человек тоже животное, потребности в утолении голода, жажды, секса и т.д. являются обязательными. Но в той мере, в какой он очеловечен, удовлетворения этих инстинктивных потребностей недостаточно не только для его счастья, но даже и для его душевного здоровья; в этой-то уникальности положения человека и заключена Архимедова точка специфически человеческого динамизма; и осмысление человеческой психики должно быть основано на анализе потребностей человека, вытекающих из условий его существования.

Потребности и страсти исходящие из самого существования человека:

- приобщенность (в противовес нарциссизму);
- преодоление и созидательность (в противовес разрушительности);
- ускоренность и братство (в противовес кровосмешению);
- чувство тождественности и индивидуальность (в противоположность стадному конформизму);
- потребность в системе ориентации и потребность в поколении: разум в противовес иррациональности.

После удовлетворения животных потребностей им движут человеческие потребности. В то время как тело подсказывает ему, чем питаться и чего избегать, его совесть должна была бы подсказывать ему, какие потребности следует культивировать и удовлетворять, а какие надо позволить истощиться и зачахнуть. Но голод и аппетит - функции тела, присущие человеку с рождения, тогда как совесть, заложенная в нём потенциально, нуждается в руководстве со стороны людей, а также принципов, развития культуры.

2.2. ПОНЯТИЕ ПОТРЕБНОСТИ, МОТИВАЦИИ, ИНТЕРЕСА, СПОСОБНОСТИ

«Философский энциклопедический словарь» определяет потребности как «нужда или недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности».

Потребность — сегмент внутреннего мира человека, неосознанный побудитель активности. Она не является структурным элементом акта деятельности, а относится к характеристике душевного мира субъекта деятельности.

Желания отличаются от потребности легковесностью своего статуса в душевном мире человека, они не всегда совпадают в необходимости устойчивого функционирования к жизнестойкости организма и человеческой личности. Например, желание жить вечно молодым и свободным.

Всякая потребность побуждает человека на действия по ее реализации. В этом смысле деятельность есть способ реализации побудительных жизненных сил человека в социально-значимых формах и опосредованиях.

Переход от потребности к деятельности есть процесс

К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОГО ФАКУЛЬТЕТА

3.1. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Курс «Человек и его потребности» является базовым в системе подготовки специалистов в области сервиса.

Методологической основой данного курса является диалектический подход к рассмотрению человека и его потребностей на основе материалистической концепции в тесной связи с общественной средой. Цель преподавания курса — создать у студентов комплексное представление о человеке и его потребностях. К задачам дисциплины относятся: рассмотрение человека, как целостности; создание представлений о человеке, как социально-природном существе; изучение системы потребностей человека, их становление, динамику; выявление способов формирования и средств удовлетворения потребностей.

Главная задача курса — сформировать посредством знаний потребности всестороннего гармоничного развития личности. Проблема человеческих потребностей рассматривается в философских, психологических, экономических, педагогических и других позициях, что придает дисциплине интегральный характер.

Большую помощь студенту в его самостоятельной работе окажет список указанной литературы, а также философские, психологические, экономические словари, справочные пособия и энциклопедии.

В процессе прохождения курса «Человек и его потребности» студенты заочной формы обучения по специальности СКСиТ должны выполнить контрольную работу. Задачами данного этапа обучения являются: приобретение студентами навыков самостоятельной работы; совершенствование способностей анализировать полученную ин-

- 1998.
30. Психология менеджмента. Учебник. — СПб., 2000.
 31. Прикладная социальная психология. Уч. пособие. Под ред. А.Н. Сухова и А.А. Деркача. — М., — Воронеж, 1998.
 32. Семенов В.М., Васильева О.Е. Уровень сервиса промышленного предприятия и стратегическая сегментация рынка сервисного сопровождения // Развитие рыночных коммуникаций и эффективная динамика системы высшего образования России. — СПб., УЭиФ, 2000.
 33. Сидоренко Е.В. Мотивационный тренинг. — СПб: Речь, 2000
 34. Смирнова И. Магия как она есть. — М.: «Агентство ФАИР», 1997 Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. — М., 1998.
 35. Уокер Дж. Введение в гостеприимство. — М., 1999.
 36. П.Г. де Шарден. Феномен человека: преджизнь, жизнь, мысль, сверхжизнь. — М., 1987.
 37. Хекхаузен У. Мотивация и деятельность. — Т.т. 1-2.— М., 1986.
 38. Шарипов А.Ю. Сфера услуг сибирского региона. — Новосибирск, 1979.
 39. Шарипов А.Ю. Социальная инфраструктура в концепции ускорения. — Новосибирск, 1990.
 40. Якобсон П.М. Психологические проблемы мотивации поведения человека. — М., 1969.
 41. 4048 законов жизни / Составление и предисловие А.П. Кондрашов. — М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2001

РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

овнешнения потребности и субъекта деятельности, т.е. такое состояние, когда субъект переходит из состояния бытия «в себя-бытия» в бытие «для себя бытия». Механизм этого перехода включает несколько моментов:

1) Выбор и мотивация предмета потребности. Мотивация — обоснование предмета для удовлетворения потребности.

2) При переходе от потребности к деятельности потребность трансформируется в цель и интерес, которые кратко можно обозначить как осознанную потребность.

Интерес, по Гегелю, есть нечто большее, чем содержание намерений, целей. Интерес связан с потребностями опосредованно через цель.

Марксизм выделяет в интересе объективный и субъективный аспект, рассматривая их в единстве. Объективным в интересе является положение человека в обществе, его вхождение в социальную группу, его имущественное состояние. Субъективное в интересе — все то, что мотивировано личностным пристрастием.

Интерес — явление общественное, стержень, который консолидирует людей в большие социальные группы и побуждает к массовым действиям. Интерес — движущая сила различных по масштабу конфликтов, реальная причина социальных действий. Интерес не входит в структуру акта деятельности, а является ее долговременным ориентиром.

Способности — индивидуальные особенности личности, являющиеся субъективными условиями успешного осуществления определенного рода деятельности. В структуре деятельности способность представлена как средство, служащее достижению цели. Способности формируются индивидом в течение жизни напряженным трудом над собой и, прежде всего, обучением, ориентированным на избранный вид деятельности.

Качественный уровень развития способностей выражается в понятиях таланта и гениальности.

Талант — такая совокупность способностей, которая позволяет получить результат деятельности, отличающийся новизной, высоким совершенством и общественной значимостью.

Гениальность — высшая ступень развития таланта, позволяющая осуществить принципиальные сдвиги в той или иной сфере деятельности.

Развитие способностей — неотъемлемое условие всестороннего развития личности. Но даже многостороннее развитие способностей не может быть гарантией гармоничного развития личности, если индивид не достиг совершенства в какой-либо одной, определяющей сфере деятельности.

Формирование способностей — главная задача, которую решает каждый студент в годы обучения в вузе. Но решение этой задачи напрямую зависит от успеха формирования студента как личности, как гражданина своей страны.

2.3. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПСИХИЧЕСКИЕ И ФИЗИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЧЕЛОВЕКА КАК ОСНОВА ЕГО ЗАПРОСОВ

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ И ПЛЮРАЛИЗАЦИЯ ЖИЗНЕННЫХ СТИЛЕЙ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Неравенство с точки зрения социологической теории не является ценностно-негативным понятием. Оно должно пониматься как инакость, несхожесть, как плюрализация жизненных и культурных стилей. Наряду с социальными проблемами, возникающими вследствие провалов социального государства, сегодня даже в российском обществе наблюдается всеобщая экспансия образования, индиви-

бирск, 1993.

14. Казначеев В.П. Спиринов Е.Г. Космопланетарный феномен человека: проблемы комплексного изучения. — Новосибирск, 1991.
15. Кэссон Г.Н. Искусство зарабатывать и не терять деньги. Учебное пособие. Пер. с англ. С. Баженова. — Новосибирск, БКУ, 1997
16. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. — М., 1996.
17. Мамардашвили. Картезианские размышления. — М., 1993.
18. Маслоу А. Мотивация и личность. — М., Республика, 1998.
19. Менегетти А. Клиническая онтопсихология. — М.: Славянская ассоциация Онтопсихологии, 1997
20. Методические указания по написанию курсовой работы. Сост. Удальцова М.В.
21. Методические указания для проведения практических занятий. Сост. Удальцова М.В.
22. McClelland D.C. The achieving society. Prenceton, 1961.
23. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. — М., — Новосибирск, 2000.
24. Мостовая Е.Б. Экономическое поведение: анализ и прогноз. — Новосибирск, 1994.
25. Murray H.A. Explorations in personality. — N.Y., 1938.
26. Х. Ортега-и-Гассет. Что такое философия. М., 1991.
27. Потемкин В.К. Социальная инфраструктура регионов: нормативный подход к преобразованию. — СПб. 1996. М., 1999.
28. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Рефл., — бук. Ваклер, 2000.
29. Психология. Учебник. Под ред. А.А. Крылова — М.,

26. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М., 1980.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА К ЛЕКЦИОННОМУ КУРСУ

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост. — Новосибирск: НГАЭиУ, 1999
2. Аверченко Л.К. Практическая имиджелогия. — Новосибирск: СибАГС, 2001
3. Биркенбиль В.Ф. Как добиться успеха в жизни. — М., 1992.
4. Бункина М.К., Семенов А.М. Экономический человек. — М., 2000.
5. Булгаков С. Философия имени. — Париж, 1953
6. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники: Учебное пособие. — М.: Ось-89, 2000
7. Виханский О.С. Стратегическое управление. — М., 1998.
8. Генкин Б.М. Экономические, психологические и синергетические аспекты общей теории потребностей человека // Развитие рыночных коммуникаций и эффективная динамика системы высшего образования России. — СПб., УЭиФ, 2000.
9. Джей Э. Эффективная презентация. — Минск, 1996.
10. Джонсон К. Стратегия продажи в сфере услуг // Агрессивный маркетинг. — Самара, 1998.
11. Захарова Е.Ю. Бытовые услуги: реформы и реалии. — Новосибирск, 1998.
12. Ионин Л.Г. Идентификация и инсценировка (к теории социокультурных изменений) // Социологические исследования, 1995, № 4.
13. Искусство творить взаимоотношения. — Новоси-

дуализация и плюрализация жизненных стилей и планов, освобождение от традиционной социальной среды. Стало возможным для отдельных категорий населения говорить о «Жизненных программах», внешне напоминающих карьерные планы в профессиональной деятельности, но, по сути, не сводимые к ним, а ориентированные на личностную реализацию в самых разных (а иногда и параллельных сферах жизни).

Это увеличение возможностей самореализации соответствует и формальным изменениям стандартного жизненного цикла. Появились новые возрастные статусы (помимо традиционных: детства, юности, зрелости и старости):

– «послеюношеская стадия» предполагающая возможность продления времени обучения и образования (по сравнению со старшими когортами);

– «послеродительская стадия», дающая возможность (прежде всего женщинам) начать «новую жизнь» (когда выросшие дети покидают семью);

– пенсионная стадия (для женщин), дающая возможность (и диктующая необходимость!) не порывать полностью с активной занятостью в народном хозяйстве.

Независимо от того, как оценивается данное явление с идеологических позиций, появился сегодня и плюрализм форм семейной жизни: Кроме традиционной «ядерной» семьи, появляются одиночки, либо формы совместной внебрачной жизни с детьми и без детей.

Индивидуализация и плюрализация жизненных стилей выступает как глобальный процесс, который имеет свои формы проявления и в России (хотя на первый взгляд гражданам России часто необходимо бывает заботиться исключительно о выживании!). И, тем не менее, именно в борьбе за выживание в российском обществе происходит обогащение жизненно-стилевого репертуара

индивидов, появляются свои формы индивидуализации и плюрализации современного социокультурного развития. К ним можно отнести следующие:

– резкое даже скачкообразное увеличение количества самых разнообразных жизненных форм и стилей, имеющих исключительно культурное происхождение и не сводимых к традиционным формам социальной структуры (сословию, классу, слою). Они не связаны и с категориями демографической, профессиональной или экономической структуры общества;

– крайняя условность и подвижность профессиональной структуры как результат освоения таких жизненных форм, к которым бы люди никогда не обратились в стабильной ситуации (например, необходимость приработка, для содержания семьи: ученый может часть своего времени работать водителем такси, рабочим, служащим, коммерческим посредником и др.). В результате применительно к отдельной личности происходит релятивизация (относительность, условность) жизненных стилей, разрушающая стабильные стратификационные идентификации, которые в полной мере уже не могут быть восстановлены даже в условиях возможной социально-экономической стабильности (потеря «стилевой невинности»).

– повышение роли аскриптивных (натуралистических) статусов и соответствующих форм поведения, вызванное, во-первых, борьбой за выживание, успех в которой в значительной мере зависит от природных характеристик, во-вторых, — резким возрастанием распространенности презентативного, инсценировочного поведения. Последнее особенно важно, т.к. отражает поиск новых идентификаций взамен утерянных. В результате инсценируемые культурные стили неизбежно ведут к плюрализации и индивидуализации реализуемых жизненных форм.

– чрезвычайно широкое предложение в области обра-

18. Рафел М., Рафел Н. Как завоевать клиента. — СПб, 1996.
19. Социум XXI века: рынок, фирма, человек в информационном обществе / Под ред. А.И.Колганова — М., МГУ, 1998.
20. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг. Уч. пособие - М., 2001.
21. Удальцова М.В. Социология управления. — М. — Новосибирск, 1999, 2000, 2001.
22. Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Социология и психология управления: Учебное пособие. Серия «Учебники и учебные пособия» — Ростов-на-Дону:



Схема б. Факторы потребительского поведения

Феникс, 2001

23. Фром Э. Человек для себя. — Минск, 1992.
24. Холл Кэлвин С., Линдсей Гарднер. Теории личности. — М., 1997.
25. Хопкинс Т. Как стать мастером продаж. — М.: Агентство «ФАИР», 1998. — (Настольная книга бизнесмена)

1. Алексеев М.Ю. Поведение: основы нового мировоззрения. - М., Интердиалект, 2000.
2. Аверченко Л.К. Управление общением. — М.: ИНФРА-М, Новосибирск: НГАЭиУ, 2001
3. Аверченко Л.К. Мерчендайзинг как способ улучшения торговли /Потребительская кооперация в переходной экономике России: Материалы конференции. — Новосибирск: СибУПК, 1999
4. Беттджер Ф. Обаять клиента. — М., 1995.
5. Власова Н.М. Шифр к сейфу покупателя. — Новосибирск, 1996.
6. Гидденс Э. Социология. — М., 1999.
7. Джей Э. Эффективная презентация /Пер. с англ. Т.Сиваковой. — Мн.: Амалфея, 1996
8. Журавлева Л.Н. Маркетинг. Уч. пособие. — Новосибирск, 1997.
9. Ионин Л.Г. Культура и социальная структура // Социс, 1996, № 3.
10. Ионин Л.Г. Театр культурных форм // Человек, 1993, № 3.
11. Ковалев В.И. Мотивы поведения и деятельность. — М., 1988.
12. Конева Е.А. Чего-с изволите // Рекламист, 1994, № 3.
13. Крылов И. Маркетинг. — М., 1998.
14. Кумбанов В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. Уч. пособие. СПб. — М., — Харьков — Минск, 2000.
15. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. — СПб, 1996.
16. Пилдич Д. Путь к потребителю. — М., 1991.
17. Пряжников Н.С. \$ или личность в эпоху продажности. — М. — Воронеж, 2000.

зования, что ведет прежде всего к горизонтальной дифференциации, т.е. к распределению обучающихся по группам, характеризующимся различными формами и стилями жизни. Образование стало средством освоения новых стилей (наряду с прежней функцией — самоопределением личности).

– утрата социальной мобильностью своей мотивирующей силы, т.к. получение образования еще не говорит о подъеме по социальной лестнице, а является только свидетельством индивидуального достижения и залогом достижений в будущем. Данное обстоятельство можно объяснить отсутствием стабильной и единообразной шкалы престижа профессий в условиях переходного состояния общества (для одних категорий населения престижно заниматься философией, антропологией, социологией, психологией и т.п.; для других — естественными науками; для третьих, — вообще престижными могут быть те профессии, которые не предполагают систематического обучения: персональная охрана, шоу-бизнес, просто коммерция и т.д.). Именно поэтому снижается роль социальной мобильности, которая в принципе ценится только в стабильной системе престижа. В современных российских условиях речь может идти только об индивидуальной оценке престижа профессии или рода деятельности.

– организационная специфика российской политики, состоящая в том, что практически полностью отсутствует социально-слоевая идентификация политических партий: блоки, партии, движения регулируются актуальными политическими темами, по которым может возникнуть временная общность целей, и конкретными политическими ситуациями. Насколько подвижны партии, настолько же подвижен избиратель, он неоднократно меняет предпочтения, исходя из своего жизненного и культурного стилей.

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ЖИЗНЕННЫХ СТИЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Изложенные выше источники плюрализации и индивидуализации жизненных стилей и форм обуславливают некоторое «размывание» традиционной социальной структуры и усиливают возможность индивидуального подхода в такой практической области жизнедеятельности как обслуживание. В обслуживании приобретает все большее значение изучение потребительских предпочтений. При этом следует ориентироваться, как становится очевидным, не на группы в социальном смысле, а на агрегаты в техническом смысле слова, т.е. на множество индивидов, обладающих определенными, одними и теми же (или сходными) потребительскими предпочтениями. Сами же предпочтения являются атрибутами того или иного жизненного стиля или жизненной формы.

Подобный жизненно-стилевой подход к выявлению предпочтений в области потребления содержит несколько формальных свойств (признаков):

- целостность;
- добровольность;
- характерность;
- распределение шансов стилизации;
- распределение стремлений к стилизации.

Под целостностью понимается большая или меньшая полнота проявления в жизненном стиле всех черт индивида или группы (агрегата). Создается целостный образ личности, группы (агрегата), который может быть «схвачен» даже из мелких жизненных деталей.

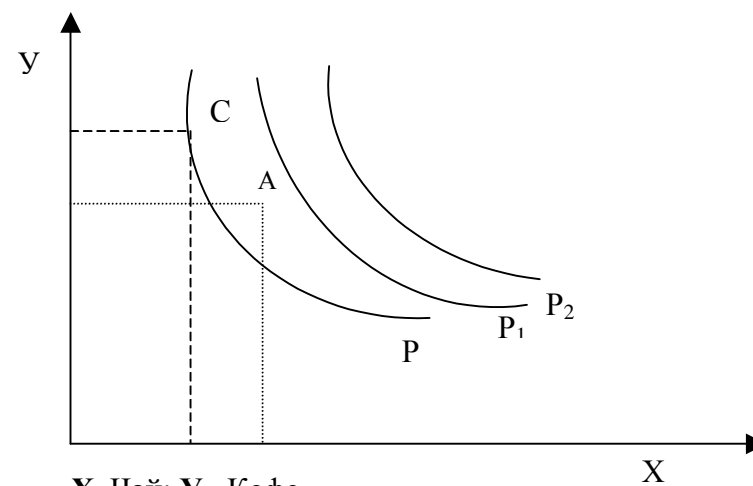
Добровольность — это свободный выбор индивидом своего стиля (в отличие от класса, слоя, социальной группы, к которой он принадлежит с рождения, а не выбирает).

Характерность — это момент своеобразия, придаю-

– восприятие как функция, связывающая окружающую среду, ситуационные факторы и поведение, т.е. как фактор, через который преломляются все социально-экономические отношения;

– соматические факторы: физиологические и биологические особенности индивида, ограничивающие или способствующие каким-либо его решениям;

– социально-психологические факторы: потребности, ценности, установки, мотивы, эмоции, личностные осо-



X–Чай; Y– Кофе

Кривые P, P₁, P₂, – кривые безразличия, т.к. совокупные полезности наборов (X, Y) одинаковы

Рис.4 Кривые предпочтения

бенности.

Результатом взаимодействия этих групп факторов и является потребительское поведение (схема б).

2.9. ЛИТЕРАТУРА К ТЕОРЕТИЧЕСКОМУ КУРСУ ДИСЦИПЛИНЫ

– хозяйственный (пристрастие к домашнему хозяйству, работе на даче и др.);

– трудоголический (очень высокий оценочный рейтинг работы, стремление к самосовершенствованию: предпочитают чтение, телепередачи, пассивный отдых, компьютерные игры);

– общительный стиль (любят проводить время с семьей и друзьями, посещать театры, музеи, путешествовать);

– нейтральный стиль (рейтинг любимых занятий близок к средним значениям).

Поведение потребителя, отражающее тот или иной стиль жизни, будет определяться поиском товара или услуги, максимизирующих их функцию полезности. Именно в этом случае происходит удовлетворение, к которому стремится человек.

В целом, потребительское поведение в связи с ценностной концепцией есть поведение индивида (личности) и выбор им относительно альтернативного предложения различных полезностей (благ: товаров и услуг). Выделяются две группы факторов, влияющих на данное поведение:

– внешние;

– внутренние.

Под внешними факторами, понимаются в свою очередь:

– ситуационные факторы;

– факторы среды (экономической и социальной), как субъектные условия и ограничения, непосредственно связанные с индивидом;

– факторы, связанные с социальным влиянием других субъектов.

Под внутренними факторами понимаются:

щий жизненному стилю свой облик, который легко идентифицируется и узнается.

Распределение шансов стилизации связано с ценностной и нормативной системами, с уровнем жизни и благосостояния индивида. Ценностный и нормативный плюрализм и общественное богатство являются необходимыми условиями возрастания свободы выбора индивида и многообразия «предлагающих себя на выбор» жизненных стилей. Так, чем слабее традиционные нормы и регуляции (институциональные, ситуационные), тем очевиднее появление жизненных стилей, «конкурирующих» между собой за свободно выбирающего индивида. В то же время, чем выше материальное благосостояние и равенство в распределении благ, ресурсов, возможностей образования, тем больше альтернатив выбора стилей.

Распределение стремлений к стилизации рассматривается на двух уровнях: всего общества и индивидуальном. На уровне общества стремление к стилизации проявляется сегодня как свойство средних слоев. Высшие слои, как правило, не стремятся к стилизации жизни, т.к. не стоят перед необходимостью ограничивать себя «сверху». Их жизненный стиль отражает свободу и естественную независимость по отношению к общественным нормам и соглашениям, они без всякого насилия над собой остаются в рамках собственной культурной традиции. Их стиль — это их традиция. Низшие же слои общества остаются также такими, какие они есть, но потому, что не могут жить иначе, т.к. материальные обстоятельства постоянно диктуют им тот образ и стиль жизни, в котором нет места для стилизационных экспериментов. На уровне индивида стремление к стилизации также распределяется главным образом по различным этапам жизненного пути: наиболее высокое стремление (как и шансы) в юности и в периоде взрослости. В старости же многие жизненные стили ста-

новятся просто физически и биологически недоступными, социальные факторы все больше уступают биологическим. В детстве также возможности и стремление к стилизации невелики, т.к., с одной стороны, это период активного внедрения в сознание ребенка моральных норм (что противоречит самой возможности стилизации), с другой, - его видение мира ограничено горизонтом дома и школы, представляющих весьма узкий «репертуар» стилизационных возможностей.

Распределение шансов и стремлений к стилизации, следовательно, связано с такими факторами как аскриптивные признаки (пол, возраст, цвет кожи, цвет волос, физическая конституция, соотношение объемов груди, талии, бедер и т.п.) и социальные признаки (уровень дохода, объем и престижность образования, профессии и т.п.). Все эти индивидуальные факторы играют существенную роль, определяя и предписывая конкретные направления и содержание принимаемых и осваиваемых стилей жизни, а как следствие — потребительских предпочтений.

Сама постановка вопроса о потребительских предпочтениях фиксирует формирование в российском обществе потребительской культуры. Этот процесс происходит под влиянием рекламы, паблик-релейшнз и других маркетинговых коммуникаций и новых, невозможных ранее жизненных стилей. На основе учета стилей жизни маркетолог пытается «нащупать» глобальный продукт системы ценностей личности, ее отношений и активности, а также манер потребления.

Метод, который при этом используется, носит название «психографический». Он состоит в том, чтобы составить набор контрольных вопросов (от 300 до 500 в зависимости от цели исследования) и попросить репрезентативную группу респондентов отметить степень согласия или несогласия с ними по 5-или или 7-ми бальной шкале. Па-

альной значимостью).

Все перечисленные ценности соотносятся с различными аспектами поведения потребителя или с различными социальными переменными. Так, например, люди, ценящие радость или удовольствие, могут приобретать высококачественные вещи или (услуги) именно за их качество, в то время как люди, ценящие чувство достигнутого, могут пожелать себе высококачественные вещи как стимулятор повышения эффективности своей деятельности; а люди, ценящие хорошие межличностные взаимоотношения, могут захотеть иметь такие вещи, (услуги) как соблюдение некоего ритуала общения с индивидами определенного социального статуса и т.д.

Итак, потребительские ценности в обобщенном виде действительно есть ни что иное, как идеи о том, что человеку желанно. Желание есть мера ценности, мера психологической оценки человеком полезности блага или услуги. Каждый потребитель выбирает необходимые для него блага, придерживаясь своего субъективного предпочтения, своих ценностей. Причем, потребительское поведение ориентировано на получение наивысшего эффекта, максимальной полезности. Потребитель обычно тяготеет к определенному набору благ. Ради простоты сведем этот набор к комбинации из двух благ (чай и кофе, книги и сигареты, еда и развлечения и т.п.) Один потребитель, например, предпочитает набор из 4 пачек чая и 2 банок кофе, другой - из 3 пачек чая и 3 банок кофе и т.д. Графически это можно представить следующим образом (рис. 4).

Подобные наборы благ можно привести по различным предпочтениям потребителя (и не только в продуктах питания) в зависимости, как отличалось ранее (по А.Адлеру), от стиля жизни.

Различают пять стилей жизни:

– гедонический (пристрастие к развлечениям);

ное. Что конкретно определяет стиль жизни индивида? По мнению А.Адлера – его креативное Я.

Согласно идеи креативного Я человек сам творит свою личность (из наследственного социального опыта). Креативное Я придает жизни смысл: оно создает цель и средства ее достижения.

Для исследования потребительского поведения достаточно принимать в расчет восемь обобщенных терминальных ценностей и пять обобщенных инструментальных ценностей, а именно:

- терминальные ценности: уважение к себе (самоуважение) безопасность, хорошие взаимоотношения, чувство достигнутого, удовлетворенность собой, уважение со стороны других, чувство принадлежности, радость, удовольствие, приятное возбуждение.
- инструментальные ценности: функциональная, социальная, эмоциональная, эпистемическая, условная.

Если перечисленные терминальные (как смысложизненные) ценности вполне понятны, то содержание перечисленных инструментальных групп ценностей требует некоторого пояснения. Для каждой из них важно понятие воспринимаемой полезности того или иного потребительского блага, но это восприятие обуславливается разными обстоятельствами. Для функциональной ценности – в связи с функциональными или физическими свойствами

блага; для социальной ценности – в связи с ассоциацией с какой-либо социальной группой; для эмоциональной ценности – в связи со способностью возбуждать чувства; для эпистемической ценности – в связи со способностью возбуждать любопытство, создавать новизну или удовлетворять стремление к знанию (узнать новое или неизвестное); для условной ценности – в связи со специфической ситуацией выбора потребителем тех или иных благ (которые, по сути, обладают функциональной или соци-

рллельно собирается информация о потребляемых товарах и услугах и характеристике респондентов (индивидуальной и социальной). Затем маркетолог должен установить соответствие между полученными оценками по всем утверждениям типа «активность личности», «интересы личности», «мнение личности» и уровень потребления товара (услуги) и характеристиками респондентов. Первый опыт использования стиля жизни для выявления потребительских предпочтений (на языке маркетинга – для сегментирования покупателя по стилю жизни) позволяет выделить три типа российских покупателей:

– потребители «романтики», «прожигатели жизни» (молодые люди, обладающие скромными финансовыми ресурсами, но огромной готовностью их тратить). Престижность товара (услуги) они рассматривают, как средство социализации, способ выразить принадлежность к своей группе. Для них характерны: низкий уровень потребления, готовность тратить, внимание и доверие к рекламе;

– богатые прагматики (лица занятые в частном секторе). Для них характерны готовность и возможность тратить значительные денежные средства, осмотрительность в покупках. Они знают цену деньгам, умеют их зарабатывать и хотят за свои деньги иметь то, что больше всего их устраивает. Для них характерны: высокий уровень потребления, осмотрительность в тратах; мотивы покупки – престиж; внимание к рекламе в сочетании с осторожным к ней отношением;

– «социалистически консервативный» тип потребителя (в основном социально незащищенная группа пожилых людей старше 55 лет). Эта группа ориентирована только на выживание и обладает слабыми способностями к адаптации в новых социально-экономических условиях. Для них характерны: низкий уровень потребления, нежелание тратить деньги, мотив покупки — доступная цена, раздра-

жение рекламой и недоверие к ней.

В зарубежных исследованиях потребительских предпочтений выявлены восемь стилей (Д. Рисмен). Среди них были следующие: борцы, сторонники, стремящиеся, делатели, выполнившие, достигшие, познавшие, актуализаторы. Естественно предположить, что все подобного рода исследования достаточно трудоемки и пока в России они ориентированы на высокодоходные слои населения.

Для создания долговременного покупательского предпочтения используется такой инструмент маркетинга как брэндинг (образ марки данного товара). Чтобы стать брэндом, товарный знак должен приобрести известность на рынке и доверие у покупателя. С точки зрения воздействия на покупателя брэнд можно подразделить:

- на словесную часть марки (brand - name),
- на визуальный образ марки (brend - image).

В России наиболее эффективно использование максимально персонифицированного словесного брэнда (например, фамилии известного владельца, образа лидера рефлектной группы в качестве рекламного брэнда - имиджа, а также запоминающего слогана).

ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ИХ ТИПОЛОГИЯ

Потребность в самом общем смысле есть состояния нужды, недостатка в чем-либо, состояние, стимулирующее деятельность, направленную на восполнение этого недостатка.

Потребность одна из отличительных черт всякой жизнедеятельности.

Потребности могут испытывать индивиды, группы, организации, общество в целом. Они могут быть осознанными и неосознанными. Неосознанные потребности называются влечениями. Осознанные потребности выступают как интересы, мотивы, ориентации, установки, цели, ре-

ляется фикцией (недостижимым идеалом), она, тем не менее, выступает в качестве реального стимула и дает окончательное объяснение поведения (например, вера в то, что праведников примут небеса, а грешников – ад). Здоровый человек в психологическом плане вполне может освободиться от этих фикций.

Стремление к превосходству Адлер рассматривает как стремление к «совершенной исполненности», к самоактуализации, это «великое движение ввысь» (но не к власти, не к лидерству, не к высокому положению в обществе), причем это движение может выражаться тысячью различных способов и каждый человек по-своему его достигает, или пытается достичь.

Рассматривая конкретные формы стремления к превосходству, А.Адлер использует следующее свойство личности - чувство неполноценности, под которым он вначале понимал переживание социальной или психологической несостоятельности (кроме переживаний связанных с физической слабостью и здоровьем). Позже под этим социальным качеством он понимал ощущение дефектности или несовершенства в любой жизненной сфере. Это чувство - не признак патологии, а причина совершенствования человека, великая движущая сила.

Социальный интерес состоит в помощи обществу в достижении тех или иных его целей, он является «истинной и неизбежной компенсацией всех естественных слабостей человеческих индивидов». Работая во имя общего блага, люди компенсируют индивидуальную слабость.

Жизненный стиль – ведущий идеографический принцип, объясняющий уникальность человека. Все поведение человека объясняется его жизненным стилем. Человек воспринимает, заучивает, сохраняет в памяти то, что удовлетворяет его жизненному стилю, и игнорирует осталь-

минальных ценностей (здоровый образ жизни, семья, образование, готовность взять на себя ответственность, трудолюбие, и т.п.).

Любая система ценностей формируется на основе социокультурных взаимодействий. В связи с этим большинство индивидов одного и того же социума обычно имеют одни и те же ценности, но в разной степени относительная значимость каждой ценности, конечно, для разных индивидов будет различной. Эти различия весьма важно знать и учитывать в реальной стимуляции того или иного потребительского поведения (подробнее ниже). Кроме того, в практических целях вполне можно ограничиться сравнительно небольшим, общим количеством ценностей, которыми располагает индивид в каждый данный момент. Так, австрийский социальный психолог Альфред Адлер (1870-1937 г.г.), впервые обосновавший социальную сущность человека (в отличие от Зигмунда Фрейда), утверждал, что люди стремятся к развитию уникального жизненного стиля, способны планировать действия и управлять ими, полностью сознавая их значение для собственной самореализации. Исходя из этого А. Адлер сформулировал следующие пять наиболее важных жизненных ценностей личности:

- фиктивный финализм,
- стремление к превосходству,
- чувство неполноценности и компенсация,
- жизненный стиль,
- креативное Я.

Под фиктивным финализмом он понимал так называемые фиктивные цели, вызванные субъективными причинами, но влияющие на поведение индивида. Причем, он полагал, что эти фиктивные цели существуют ментально, «здесь и сейчас» как влияющие на поведение, стремление и идеалы. Хотя какая-либо фиктивная цель, по сути, и яв-

ления, действия.

Все потребности классифицируются в зависимости от критерия (основания) на различные группы. Можно выделить следующие группы потребностей:

- материальные,
- духовные,
- индивидуальные,
- групповые,
- производственные и непроизводственные,
- рациональные и нерациональные,
- текущие и ожидаемые,
- реальные и идеальные,
- жизненно важные и второстепенные,
- традиционные и новые,
- постоянные и временные
- возвышенные и неизменные

По критерию (основанию) происхождения потребности делятся на биогенные (первичные) и социальные (вторичные). К числу первичных потребностей относятся потребности в самосохранении, т.е. пище, воде, отдыхе, сне, тепле, сохранении здоровья, воспроизведении потомства и др. Ко вторичным потребностям относятся потребности в самоутверждении, общении, различных достижениях, дружбе, любви и т.д.; потребности в знаниях, саморазвитии, в творчестве, самовыражении. Все потребности человека (вторичные и первичные) носят социальный характер, формы их проявления зависят от уровня развития культуры, общества. Само «рождение» различных потребностей человека происходит в процессе общественно-исторического развития. Чем разнообразнее деятельность человека, тем богаче его потребности и тем сложнее система ценностей, т.к. именно потребности человека являются основами формирования его ценностей.

Известный американский социальный психолог Абрахам Маслоу (1908-1970 г.г.) создал иерархическую теорию потребностей, которая до сих пор является исходной основой для многих современных моделей мотивации труда и нашла применение на практике (прежде всего при организационных нововведениях).

А. Маслоу исходит из иерархии потребностей, зависящих от фазы развития индивида и приоритетного ранжирования потребностей. Согласно его теории человек, прежде чем перейдет к следующей категории (иерархии) потребностей, должен попытаться удовлетворить доминирующие потребности (потребности более низкой иерархии). Удовлетворение потребностей низшего порядка позволяет более высоким потребностям служить мотиватором человеческого поведения и влиять на него. Интенсивность (настоятельность) уже удовлетворенных потребностей ослабляется, а настоятельность потребностей высшего порядка повышается. Происходит эволюция структуры потребностей в зависимости и от уровня развития индивида, по мере его перехода от общей цели обеспечения жизненного минимума к целям более высокого порядка, относящимся к стилю и качеству жизни (схема 1).

Функциональные потребности — это фундаментальные (жизненные) потребности. Будучи удовлетворенными, они перестают быть доминирующими факторами мотивации, и более на поведение индивида не влияют. Потребности в безопасности — это потребности в физической и психологической безопасности. Социальные потребности — это потребности во взаимопомощи, сопричастности, чувстве общности. Потребности в уважении — это самоуважение, личное достоинство, уверенность в себе, компетентность, в признании, в наличии значимого социального статуса. Потребности в самоактуализации — это самореализация, развитие личности. В реальной жизни

В структуре ценностей могут быть:

- требования (пожелание, чтобы нечто было осуществлено);
- оценка социальных явлений (с точки зрения моральных, экономических, политических, эстетических и др. критериев);
- цели (к которым следует стремиться);
- средства (с помощью которых возможно достичь желаемого).

Подобно потребностям, ценности имеют иерархическую структуру, шкала ценностных оценок имеет направленность не только от минимума к максимуму, но и от положительного значения до отрицательного

В связи с этим можно говорить о качестве социальных ценностей. Как правило, выделяются три группы качества социальных ценностей:

- то, что предпочитается в наибольшей степени;
- то, что считается нормальным, правильным.
- то, что не одобряется, порицается и даже считается аморальным, преступным.

Ценности тесно связаны с потребностями человека, но существуют на более реальном, осязаемом уровне. Они скорее есть идеи о том, что человеку желанно, а система ценностей — это укоренившаяся, упорядоченная, совокупность убеждений, касающихся предпочтительных стилей поведения или конечных состояний существования в соответствии с их относительной важностью.

В системе ценностей различаются два вида: терминальные и инструментальные. Терминальные (конечные) ценности — это наши убеждения о целях и конечных состояниях, к которым мы стремимся (например, представления о добре и зле, благе, счастье, и др.). Инструментальные (опосредованные) ценности относятся к представлениям о желаемых методах поведения с целью достичь тер-

группы, общества). Посредством данного понятия характеризуется социально - историческое знание для общества и личностный смысл для индивида определенных явлений реальной жизни.

Ценности являются важными факторами социальной регуляции поведения людей и их отношений. Кроме того, само ценностное отношение возникает только тогда, когда появляется ему альтернатива. Так, добро ценится потому, что существует зло, правда — потому, что существует ложь; жизнь и здоровье человека ценятся потому, что есть смерть, болезни и т.д.

Другими словами ценностные отношения не возникают до тех пор, пока субъект не обнаруживает для себя проблематичность удовлетворения актуальной потребности. И чем проблематичнее возможность удовлетворения той или иной потребности, тем большей ценностью обладает предмет или способ ее удовлетворения.¹

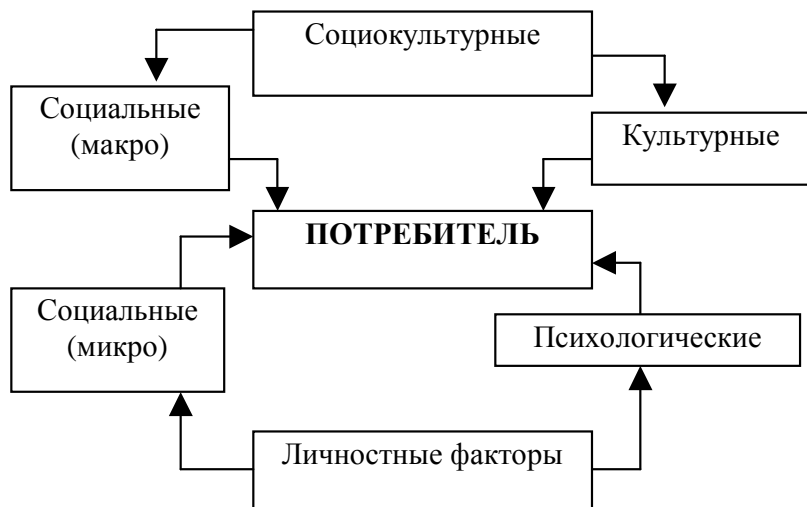


Схема 5. Факторы, влияющие на восприятие мотивации потребления.

ни все категории (типы) потребностей сосуществуют, причем, та или иная категория (тип) потребностей приобретает большую важность, в зависимости от особенностей индивида или в соответствии с теми обстоятельствами, в которых индивид находится в данное время.

Говоря о доминировании тех или иных иерархий потребностей, А. Маслоу вовсе не имел в виду необходимость их полного (100%-ного) удовлетворения. Более того, последовательность потребностей, изложенная А. Маслоу (функциональные, в безопасности, социальные, в самоуважении и самоактуализации) не обязательна для всех людей. Биографии выдающихся творческих личностей доказывают индивидуализацию структуры и иерархии потребностей. Для многих из них потребности в творчестве, в самоактуализации являются доминирующими не после удовлетворения потребностей более низкого порядка (физиологических, в безопасности), а тогда, когда основные потребности в пище, жилище, безопасности и т.д. по сути, еще не удовлетворены или удовлетворены на «границе выживания». Хотя, конечно, удовлетворение потребностей существования (низшего порядка) на некото-

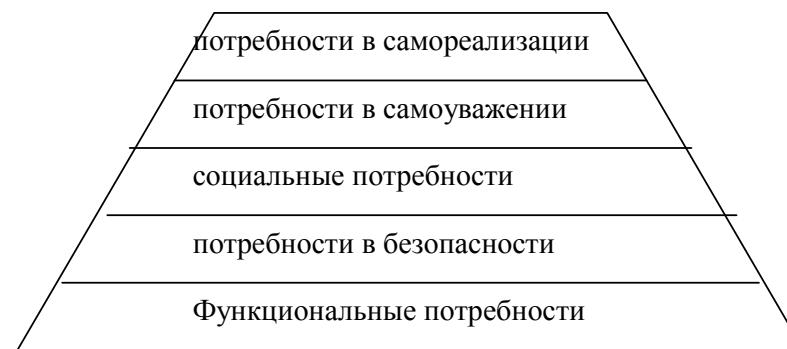


Схема 1. Иерархия потребностей по А.Маслоу

ром базовом уровне является необходимым уровнем формирования всех других потребностей. Следовательно, в иерархической теории потребностей А. Маслоу следует обратить внимание на следующие положения:

- на индивидуальные различия в составе, иерархии и значимости потребностей,

- на уровни удовлетворения потребностей,

- на зависимость потребностей от системы ценностей.

Очевидно, все категории (иерархии) потребностей можно разделить на две группы:

- потребности существования (в пище, одежде, безопасности, причастности);

- потребности достижения целей жизни (материальные, социальные, интеллектуальные, духовные).

Для потребностей существования можно выделить два уровня удовлетворения: минимальный и базовый. Минимальный уровень удовлетворения потребностей существования может быть представлен затратами времени, которое тот или иной индивид затрачивает на удовлетворение потребностей в пище, одежде, жилье, безопасности (принято считать эти затраты времени примерно равным половине времени бодрствования).

У большинства людей уровень удовлетворения потребностей существования влияет на структуру интеллектуальных, социальных, духовных потребностей.

После достижения базовых уровней удовлетворения потребностей существования формируются потребности достижения цели. При этом материальные потребности считаются нормой для каждой группы населения, если уровень их удовлетворения равен базовому. При превышении базового уровня материальные потребности могут выступать как потребности в роскоши (сюда же относятся и «демонстративное» потребление). Социальные потреб-

ни.

Под факторами культуры понимается система ценностей и ценностных ориентацией, в том числе культура потребления, мода, эстетические предпочтения и т.д.

Под микросоциальными факторами восприятия мотивации потребления понимаются, в основном два: социальный статус (образование, профессия, возраст, пол) и социальные роли.

Психологические факторы – это, прежде всего тип личности, восприятия, усвоения и убеждения.

Конкретные формы, виды, интенсивность воздействия мотивации на потребителя могут быть выявлены, как отмечалось, только в результате исследования всех перечисленных выше факторов.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ЦЕННОСТИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

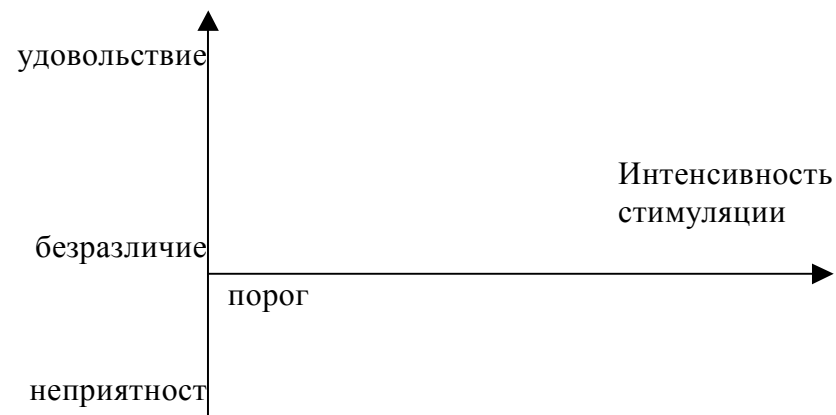


Рис.3 Изменение привлекательности новизны благ

Ценность – это свойство предмета (услуги) удовлетворять определенным потребностям субъекта (индивида,

ней привыкают. То, что недостаточно ново и удивительно, вызывает скуку, а слишком новое отпугивает. Предпочтительна «средняя степень» новизны (рис 3.)

Оптимальный (точнее рациональный) уровень стимуляции и активации потребления невозможен без серьезного изучения особенностей потребителей и их реакции на те или иные виды мотивов, при этом специалисты реко-

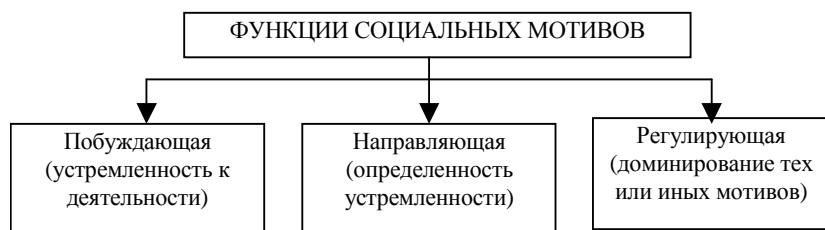


Схема 4. Многофункциональность моральных мотивов.

мендуют соблюдение следующих принципов:

- потребитель независим,
- воздействие на потребителя возможно в определенных пределах,
- мотивация конкретного потребителя (а, следовательно, потребления) может быть адекватной только на основе специальных исследований.

Последний принцип стимуляции потребления (мотивация) предполагает исследование системы факторов, характеризующих потребности в единстве со способами их удовлетворения. В самом общем виде эти факторы могут быть представлены двумя группами:

- социокультурные;
- личностные.

Каждая из представленных групп факторов содержит в себе более конкретные характеристики. Так, под макро-социальными понимаются: экономическое положение в обществе, регионе, образ жизни, стандарты качества жизни

ности также можно разделить на две группы: преимущественно эгоистические и преимущественно альтруистические. К эгоистическим потребностям относятся потребности в свободе, славе, власти, признании, уважении. К альтруистическим относятся потребности в благотворительности, любви к детям, родителям, к другим людям. Любовь помимо потребности в привязанности подразумевает еще и потребность получать и отдавать любовь.

Интеллектуальные потребности — это потребности в знаниях, творчестве. Духовные потребности — это потребности в духовном совершенствовании, вере, истине, правде.

Перечисленные потребности достижения целей жизни обычно проявляются либо как стремление к большему удовлетворению потребностей существования (потребности в роскоши, признании, во славе); либо как появление новых групп потребностей (в знаниях, в творчестве, духовном совершенствовании).

В целом структура потребностей человека представлена на рис.2.

Рисунок 2 отражает единый уровень иерархии удовлетворения потребностей целей жизни. Это означает, что данные потребности могут доминировать с равной интенсивностью для разных категорий людей. В то же время потребности существования имеют два уровня, причем базовые уровни удовлетворения потребностей существования могут иметь значительные индивидуальные и групповые различия. Следует еще раз заметить, что потребности достижения целей жизни становятся доминирующими на базовом уровне удовлетворения потребностей существования. В пределах потребностей существования традиционная иерархия потребностей (физиологические, безопасности, в причастности) может быть единой для всех людей только в пределах минимального уровня их удов-

летворения.

Представляет интерес и другая типология потребностей, автором которой является Генри Меррей ². Данная типология исходит не только из самих потребностей, но и из наличия тех или иных благ, необходимых для их удовлетворения. Причем под благом понимаются не только товары и услуги, но и различные социально-психологические факторы (любовь, радость, престиж и др.). В персоналогии Г. Меррея потребности классифицируются по четырем основаниям:

- первичные и вторичные,
- позитивные и негативные,
- явные и латентные,
- осознанные и неосознанные.

На этой основе Г. Меррей выводит 20 потребностей, которые приведены в таблице 1.

Продолжение таблицы 1.

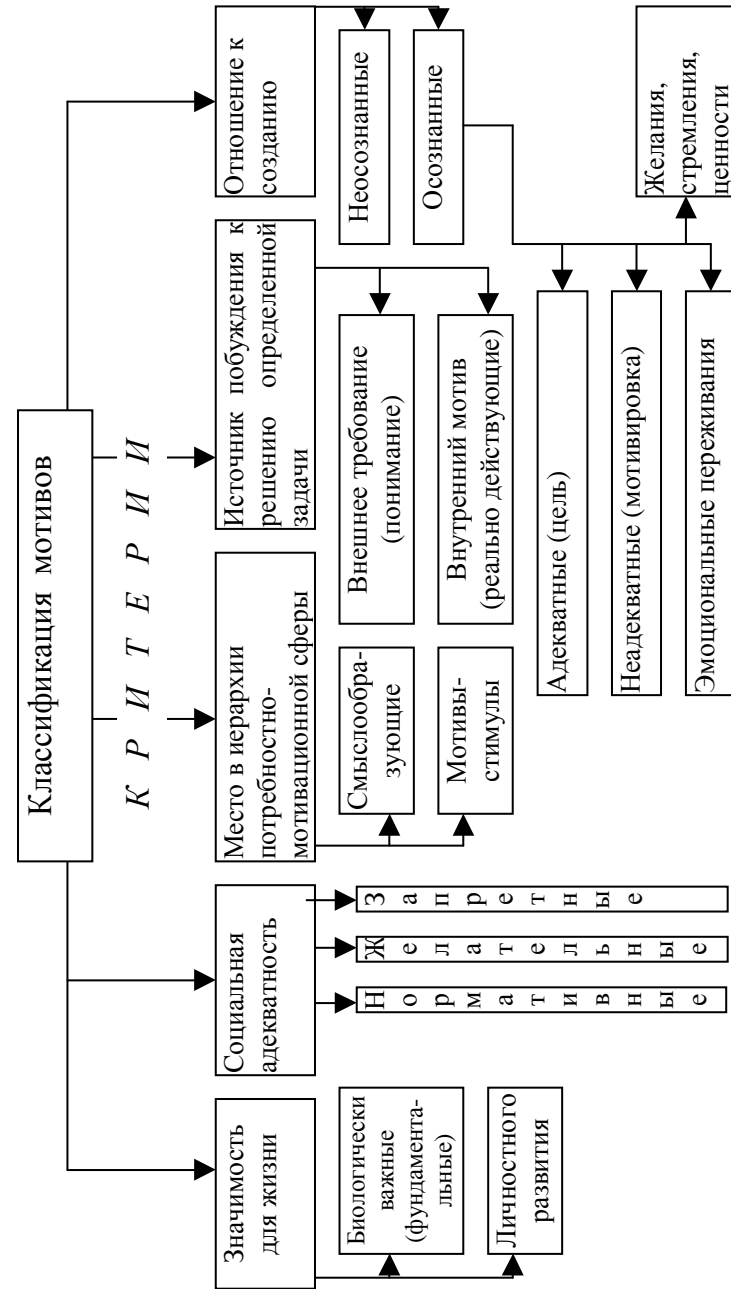


Схема 3. Классификация мотивов

Социальный мотив всегда выступает только в положительном значении, может существовать потенциально, до начала деятельности и после неё, а также быть реально действующим, т.е. проявляться в процессе деятельности.

Между потребностями и социальными мотивами обычно существуют дополнительные звенья, посредники, в роли которых выступают стимулы, т.е. различные материальные и моральные поощрения. Основными характеристиками моральных мотивов являются сила и устойчивость. При этом под силой понимается непреодолимость стремления, а под устойчивостью – длительность существования и проявляемость в различных видах деятельности и поведения.

В реальной жизни на поведение индивида воздействуют все виды мотивов: достижения, моральные, социальные, и определяют уровень его активации. Активация характеризует деятельностную форму поведения индивида, в том числе и его потребление. Уровень активации влияет на ощущение благополучия и комфорта, определяет поведение людей. Для усиления активации (активности в потреблении индивида) используются, как отмечалось, различные стимулы. Но избыточная стимуляция провоцирует чрезмерное напряжение, обеспокоенность, тревогу, страх, даже панику. Однако и слишком слабая стимуляция (или её отсутствие) вызывает неудовольствие, скуку, желание её усилить. Очевидно, следует придерживаться определенного «оптимального» уровня стимуляции (и как следствие — оптимального уровня активации), создающего чувство комфорта и благополучия.

Одной из важных стимулирующих форм мотивации потребления является новизна тех или иных благ (в том числе и услуг). Она привлекает внимание потребителей, но только до определенного порогового предела. Привлекательность новизны сначала растет, затем падает, т.к. к

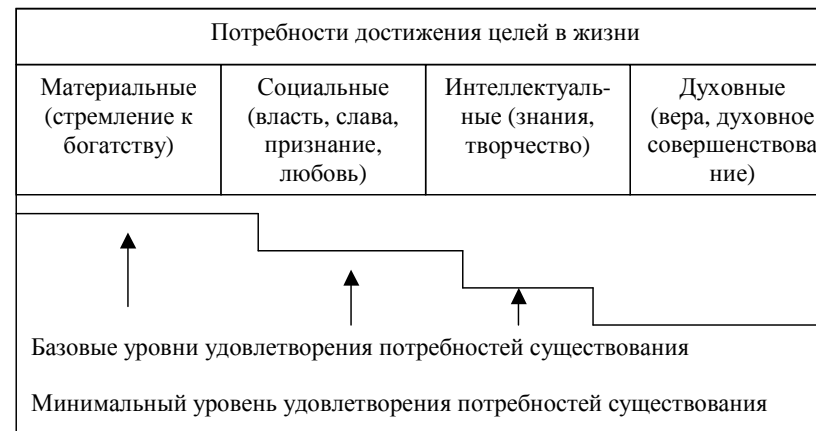


Рисунок 2. Потребности достижения цели в жизни

Окончание таблицы 1

Данные потребности существуют в трех состояниях:

Таблица 1

Иллюстративный перечень потребностей по Меррею

Потребность	Краткое содержание
В самоунижении	Пассивно подчиняться внешним силам. Готовность принять обиду, обвинение, критику, наказание. Готовность сдаться, подчиниться судьбе. Допустить собственную «второсортность», признать свои заблуждения, ошибки, поражения. Исповедоваться и искупать вину, Обвинять себя, принижать, выставлять в худшем виде. Искать боли, наказания, болезни, несчастья и радоваться им.
В достижении	Выполнять нечто трудное. Управлять, манипулировать, организовывать — в отношении физических объектов, людей или идей. Делать это по возможности быстро и самостоятельно. Преодолевать препятствия и добиваться высоких показателей. Самосовершенствоваться. Реализовывать таланты и тем повышать самоуважение.
В аффиляции	Тесно контактировать и взаимодействовать с близкими (или теми, кто похож на самого субъекта или любит его). Доставлять удовольствие контактируемому объекту и завоевывать его привязанность. Оставаться верным в дружбе.
В агрессии	Силой преодолевать противостояние. Сражаться. Мстить за обиды. Нападать, оскорблять, убивать, противостоять насилием или наказывать.
В автономии	Освободиться от уз ограничений. Спротивляться принуждению. Избегать или прекращать деятельность, предписанную деспотичными авторитарными фигурами. Быть независимым и действовать соответственно своим побуждениям. Не быть чем-либо связанным, ни за что не отвечать, пренебрегать условностями.

природу, они отражают потребности общества, нации, класса, коллектива, личности. На основе одной потребности обычно возникает совокупность социальных мотивов. В то же время один и тот же мотив может соответствовать разным потребностям. Существуют простые и сложные (собираемые) социальные мотивы. Сложные мотивы выступают как интересы. Например, интерес к профессии является собираемым мотивом, объединяющим в себе такие простые мотивы как общественная значимость, престижность, перспективность профессионального роста, заработная плата и т.п. Социальные мотивы также многофункциональны (как и моральные), к их функциям относятся: побуждающая, направляющая, регулирующая, ориентирующая, регулятивная, познавательная, смыслообразующая, оценочная, коммуникативная и др.

Мотив социальный – это осознанное, являющееся свойством личности, побуждение к деятельности. Он возникает при высшей форме отражения потребностей, т.е. при их осознании. Социальным основанием подобных мотивов являются общественные отношения, поэтому социальные мотивы имеют классовую природу, они отражают потребности общества, нации, класса, коллектива, личности. На основе одной потребности обычно возникает совокупность социальных мотивов. В то же время один и тот же мотив может соответствовать разным потребностям. Существуют простые и сложные (собираемые) социальные мотивы. Сложные мотивы выступают как интересы. Например, интерес к профессии является собираемым мотивом, объединяющим в себе такие простые мотивы как общественная значимость, престижность, перспективность профессионального роста, заработная плата и т.п. Социальные мотивы также многофункциональны (как и моральные), к их функциям относятся: побуждающая, направляющая, регулирующая.

сферы,

– источник побуждения к решению определенных задач,

– отношение к сознанию.

Данная классификация мотивов отражена на схеме 3. Кроме того, различают мотивы достижения, моральные, социальные.

Мотив достижения отражает относительно устойчивую ориентацию в жизнедеятельности индивида, направленную на достижение успеха в определенных видах деятельности. Мотивация достижений проявляется в стремлениях и намерениях индивида по преодолению трудностей, управлять объектами окружающего мира (в том числе и людьми), стремление самосовершенствоваться через развитие своих способностей. Мотивация достижений особенно актуальна в рыночных преобразованиях общества и, по существу, является основой формирования среднего класса в любом обществе. Это — предпринимательская мотивация.

Мотив моральный — это внутреннее побуждение индивида (личности) к нравственному поступку. Он является движущей силой нравственного поведения человека. Моральный мотив, во-первых, способствует осознанию нравственных чувств, потребностей, намерений, во-вторых, соотносит их с конкретной внешней ситуацией. Большую роль при этом играет воля индивида, т.к. от степени ее развития зависит сила проявления нравственных чувств и убеждений. Выделяются следующие функции моральных мотивов: побудитель. Мотив социальный – это осознанное, являющееся свойством личности, побуждение к деятельности. Он возникает при высшей форме отражения потребностей, т.е. при их осознании. Социальным основанием подобных мотивов являются общественные отношения, поэтому социальные мотивы имеют классовую

– рефракторном, когда никакой стимул не способству-

Потребность	Краткое содержание
В противодействии	В борьбе овладевать ситуацией или компенсировать неудачи. Повторными действиями избавляться от унижения. Преодолевать слабость, подавлять страх. Смыть позор действием. Искать препятствия и трудности. Уважать себя и гордиться собой.
В защите	Защищаться от нападений, критики, обвинений. Замалчивать или оправдывать ошибки, неудачи, унижения. Отстаивать эго.
В уважении	Восхищаться вышестоящим и поддерживать его. Восхвалять, воздавать почести, превозносить. С готовностью поддаваться влиянию ближних. Иметь пример для подражания, подчиняться обычаю.
В доминировании	Контролировать окружение. Влиять или направлять поведение других — внушением, соблазном, убеждением, указанием. Разубеждать, ограничивать, запрещать.
В доминировании	Контролировать окружение. Влиять или направлять поведение других — внушением, соблазном, убеждением, указанием. Разубеждать, ограничивать, запрещать.
В эксгибиции	Производить впечатление, быть увиденным или услышанным. Возбуждать, удивлять, очаровывать, развлекать, шокировать, заинтриговывать, забавлять, соблазнять.
В избегании ущерба	Избегать боли, ран, болезней, смерти. Избегать опасных ситуаций. Принимать предупредительные меры.
В избегании позора	Избегать унижений. Уходить от затруднений или избегать ситуаций, в которых возможно унижение, презрение насмешника, безразличие других. Воздерживаться от действий с целью избежать неудачи.

ет пробуждению потребности;

Потребность	Краткое содержание
В опеке	Проявлять сочувствие и помогать беззащитным в удовлетворении их потребностей — ребенку, или кому-то, кто слаб, бессилен, унижен, одинок, удручен, устал, неопытен, немощен, болен, в затруднении. Помогать при опасности. Кормить, поддерживать, утешать, опекать, защищать, лечить.
В порядке	Приводить все в порядок. Добиваться чистоты, организованности, равновесия, опрятности, аккуратности, точности.
В игре	Действовать «забавы ради» — без иных целей. Смеяться, шутить, искать расслабление после стресса в удовольствиях. Участвовать в играх, спортивных мероприятиях, танцах, вечеринках, азартных играх.
В отвержении	Избавляться от негативно контактируемого объекта. Избавляться, отказываться, изгонять или игнорировать нижестоящего. Пренебрегать объектом или игнорировать его.
В чувственных впечатлениях	Искать чувственные впечатления и радоваться им.
В сексе	Создавать и развивать эротические взаимоотношения. Иметь сексуальные отношения.
В поддержке	Удовлетворять потребности благодаря сочувственной помощи близкого. Быть тем, кого опекают поддерживают, окружают заботой, защищают, любят, кому дают советы, кем руководят, кого прощают, утешают. Держаться ближе к преданному опекуну, всегда иметь рядом того, кто окажет поддержку.
В понимании	Ставить вопросы или отвечать на них. Интересоваться теорией. Размышлять, формулировать, анализировать, обобщать.

*Источник: Кэлвин С.Холл, Гарднер Линдсей, Теории личности — М., КСП+,1997, с.204-206.

ми.

Для этого необходимо:

- обладать смыслообразующим идеалом, высокой целью своей жизни; все временные и преходящие цели и потребности рассматривать через призму главной цели своей жизни;
- постоянно заботиться о вооруженности средствами для достижения высшей и временной цели;
- каждое действие по удовлетворению потребности подвергать всесторонней мотивации, не совершать немотивированных поступков;
- формировать разумную волю.

2.8. ПОТРЕБНОСТИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА

МОТИВАЦИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Как известно предметным содержанием потребности является мотив. Мотивировать - значит побуждать, приводить в движение субъекта (индивида, группу, организацию) для удовлетворения соответствующих потребностей (в том числе и для получения определенных благ). Когда активный поиск уже определенных благ (услуг) становится направленным, используется понятие мотива.

Мотив выполняет функцию смыслообразования: он придает смысл отдельным действиям, целям, условиям их достижения.

Поскольку мотивы непосредственно связаны с потребностями, их можно классифицировать по следующим критериям:

- значимость для жизни,
- социальная адекватность,
- место в иерархии и потребностно-мотивационной

ред каждым человеком в его повседневной практике. Она особенно остра у тех людей, кто обладает богатством потребностей и наличием возможностей их удовлетворения.

Есть потребности долговременные с прогнозируемыми возможностями их удовлетворения, есть потребности, возникающие в экстремальных условиях, застающие индивида врасплох, есть потребности, требующие для своего удовлетворения определенных биологических ресурсов и мобилизации волевых качеств. Есть потребности, возникающие одновременно и требующие от индивида сознательного выбора: какой из них отдать предпочтение.

Если следовать гедонистической этике, согласно которой человек всегда стремится к удовольствиям и избегает страдания, человек будет приобретать репутацию ненадежного партнера по бизнесу или работника не способного преодолевать трудности, везде и во всем опаздывать.

Если человек будет строго следовать установленному распорядку, действуя по принципу: «делай не то, что тебе хочется, а то, что надо», он может преуспеть в карьере, продвижению по служебной лестнице, но постепенно терять друзей, а то и оказываться заложником своей дисциплированности, чем немедленно воспользуются злонамеренные люди. Такого рода личностей называют правильными людьми, их поведение предсказуемо. Они прямы как телеграфный столб.

Управлять потребностями – значит управлять своей деятельностью, стремиться к достижению результата.

Управлять потребностями – значит постоянно преодолевать возникающие соблазны, уметь побеждать себя, действуя по принципу: если я преодолел своего внутреннего врага, все остальное чепуха.

Итак, резюмируя сказанное, можно сделать вывод: человек может и должен управлять своими потребностями

- внушаемом, когда потребность пассивна, но может быть возбуждена;
- активном, когда потребность определяет поведение индивида.

В целом все потребности взаимодействуют и взаимовлияют друг на друга. Г. Меррей принимает положение об иерархии потребностей, но вводит понятие доминирования по отношению к тем потребностям, которые «не будучи удовлетворенными, начинают главенствовать с наибольшей силой». Минимальное удовлетворение доминирующих потребностей необходимо прежде, чем смогут вступить в силу другие. В тех случаях, когда различные потребности реализуются в одном о том же поведении индивида, Г. Меррей говорит о смещении потребностей. Другая важная разновидность взаимоотношений потребностей описывается понятием субсидиации. Субсидирующая потребность — та, что служит удовлетворению другой, является лишь инструментом удовлетворения другой.

Кроме того, для более предсказуемого поведения индивида Меррей исследует не только сами потребности, но и среду, в которой действует индивид («прессы» облегчающие или затрудняющие достижение цели). В результате формируется сложная система мотивов. При актуализации потребностей индивид оказывается в напряжении, а удовлетворение потребности ведет к его редукции. Удовлетворение — во многом следствие потребностных состояний и их поведенческих следствий. Индивид может ассоциировать конкретные объекты с определенными потребностями (вследствие опыта) и на этом основании формируются способы приближения к данному объекту, или способы его избегания. Взаимодействие между всеми детерминантами (потребностями, их взаимоотношение, жизненный стиль) и составляет глубинную основу поведения индивида. Потребность всегда предполагает возникнове-

ние некоторого итогового состояния, т.е. ценности, которая должна учитываться при анализе мотивации того или иного поведения.

Ценности и соответствующие блага по Г. Меррею составляют благополучие (схема 2.).

2.4. КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Плюрализм потребностей определяется многогранностью человеческой природы, а также многообразием условий (природных и социальных), в которых они проявля-

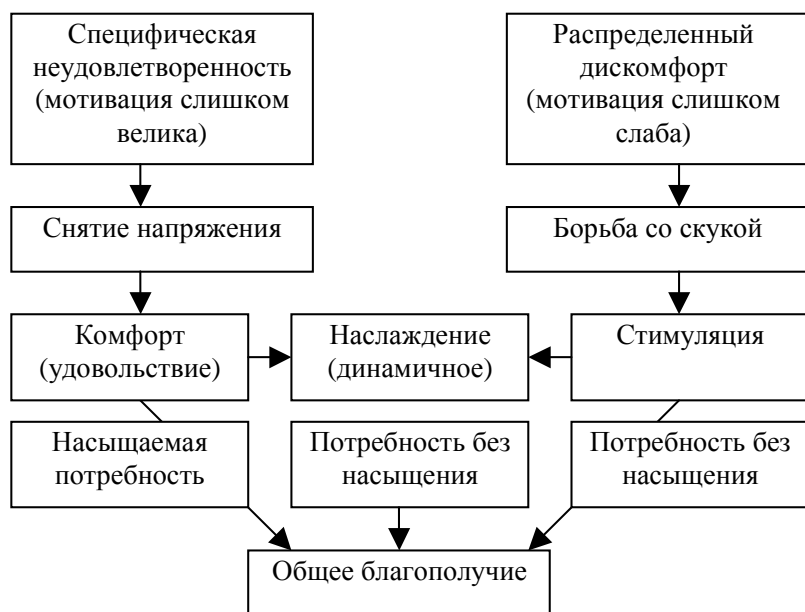


Схема 2. Детерминанты благополучия по Г.Меррею.

ются.

Трудность и неопределенность выделения устойчивых групп потребностей не останавливает многочисленных исследователей искать наиболее адекватную классификацию потребностей. Но мотивы и основания, с которыми

ние потребностей человека.

Возвышение потребностей – это не просто развитие одних и тех же потребностей, но возникновение новых потребностей, прогрессивное поступательное изменение, основанное на сохранении того ценного, что было достигнуто на предшествующих ступенях, т.е. движение в направлении их гармонического, всестороннего развития.

Наиболее общим стимулятором возвышения потребностей является любовь. Любовь уравнивает все потребности человека, гармонизируя и освящая их в предмете своей любовной устремленности, в раскрепощении всех чувств целостной личности. Однако любовь может трансформироваться в ненависть. Ярким проявлением такого чувства является ревность.

О.Бальзак писал: Ревность – это страсть в высшей степени легковерная, подозрительная и дает простор фантазии, но разума от нее не прибавляется, наоборот, она отнимает его.

В трансформации потребностей большая роль принадлежит эмоциям. «Функция эмоций, – пишет П.М.Ершов, – трансформация потребностей во вполне конкретные цели для нахождения возможности практического их удовлетворения». Эмоция всегда зависит от потребности и даже произвольно выдает ту или иную потребность. Эмоция не только подчиняется потребности, но и направляет процесс их конкретизации и трансформации.

Эмоции приспособливают потребность как действующую силу к наличной окружающей среде, чтобы использовать именно ее, эту среду, для реализации своей потребности.

2.7. УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЯМИ

Проблема регулирования потребностей возникает пе-

их реализации в практической деятельности. Потребность как таковая представляет собой лишь фрагмент внутреннего душевного мира человека и для своей реализации предполагает сложную процедуру: мотивацию выбора предмета потребности, осознание через интересы и цель деятельности. На этом пути потребность претерпевает серьезную трансформацию, превращаясь нередко в свою противоположность.

Как побудитель человеческой деятельности потребность только тогда побуждает человека на великие свершения, когда она озарена смыслом жизни, служит этой великой цели, которую личность стремится достичь.

Потребности человека условны, подвижны, они носят виртуальный характер. Виртуальность потребностей состоит в том, что каждая из них содержит в себе и свое иное, момент самоотрицания. В связи с многообразием условий своей реализации, возраста, окружающей среды, биологическая потребность может становится материальной, социальной или духовной потребностью, т.е. она трансформируется. В этом параллелограмме потребностей главенствующей становится та потребность, которая наиболее соответствует личному смыслу жизни, лучше вооружена средствами своего удовлетворения, т.е. та, которая лучше мотивирована.

В условиях нормального образа жизни трансформация потребности подчинена закону возвышения потребностей.

Закон возвышения потребностей проявляется во взаимопроникновении общественных и индивидуальных потребностей, в наполнении потребностей личности все более социально значимым содержанием, в возрастании удельного веса духовных потребностей. Существенной стороной закона возвышения потребностей является обратное влияние духовных потребностей на материальные, в результате чего происходит гуманизация, очеловечива-

подходят различные авторы к классификации, совершенно разные. Одни основания у экономистов, другие — у психологов, третьи — у социологов. В итоге получается: каждая классификация — оригинальна, но узкопрофильна, непригодна для общего употребления.

Так, например польский психолог Обуховский К. насчитал 120 классификаций. Сколько авторов, столько и классификаций. П.М. Ершов в своей книге «Потребности человека» считает наиболее удачными две классификации потребностей: Ф.М. Достоевского и Гегеля.

Ф.М. Достоевский делил множество интересов и потребностей людей по усложнению их содержания на три группы:

- потребности в материальных благах, необходимые для поддержания жизни;
- потребности познания;
- потребности всемирного объединения людей.

У Гегеля 4 группы:

- Физические потребности.
- Потребности права, законов.
- Религиозные потребности.
- Потребности познания.

Первую группу, по Достоевскому и по Гегелю, можно назвать потребностям витальными; третью, по Достоевскому, и вторую, по Гегелю, — потребностями социальными; вторую, по Достоевскому, и четвертую, по Гегелю, — идеальными.

В своей книге «Человек и его потребности» Бережно Н.М. предлагает свою классификацию.

Во-первых, он считает неприемлемыми узкопрофессиональные подходы к классификации потребностей, потому что в силу большой подвижности и взаимопревращаемости ни одна из частных потребностей не может быть закреплена за какой-то одной частной группой, т.е.

Обладает высокой степенью неопределенности.

Во-вторых, методологически исходной посылкой классификации Бережного является концепция человека и, в частности, виды бытия человека: биологическое, социальное, духовное.

В-третьих, в иерархии потребностей, восходящих по закону возвышения от низшей к высшей потребности в его классификации представлена группа потребностей, тормозящих развитие разумных потребностей и развитие личности. Это – извращенные потребности. Они занимают особое место в общей классификации потребностей. Ни в одной из существующих ныне классификаций, извращенные потребности не обозначены.

В соответствии с изложенными принципами можно выделить следующие большие группы потребностей:

Базовые потребности: это всеобщие потребности, присущие всем людям. К базовым потребностям относятся: биологические, материальные, социальные, духовные потребности.

Внутри базовых потребностей можно обнаружить много их модификаций, дополнительных характеристик. Такие потребности являются конкретизацией базовой потребности, характеризуют ту или иную сторону ее проявления и могут быть названы особенными или дополнительными потребностями. Так, в биологических потребностях можно выделить антропологические потребности, основанием для их выделения являются различия людей по полу (сексуальные потребности), по возрасту, по принадлежности к расе, к этнической общности и пр.

Внутри **материальных потребностей** можно выделить бытовые потребности – потребности комфорта жилья, транспортных средств, безопасности. Среди социальных потребностей можно выделить потребность в самоидентификации личности, потребность в защите прав и

Г. Маркузе, – питание, одежда, жилье в соответствии с достигнутым уровнем культуры. Их удовлетворение является предпосылкой удовлетворения всех потребностей как не сублимированных, так и сублимированных ... Оптимальной задачей остается вытеснение ложных потребностей истинными и отказ от репрессивного удовлетворения».

В практической жизни нет устойчивой субординации в иерархии потребностей. В зависимости от условий и жизненных обстоятельств на первое место выходит то биологическая, то материальная, то духовная потребность.

Условием ведущей роли той или иной потребности в жизнедеятельности человека является, по мнению К. Х. Момджяна, ее объективность, обусловленная устройством человеческой природы.

«Система потребностей человека, – говорил Момджян, – выражающих его отношения к необходимым условиям собственного существования, которые заданы не желанием и волей, а объективными императивами родовой человеческой природы как коллективного биосоциального существа».

2.6. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ.

Понимание приведенной выше классификации потребностей будет малоэффективным, если трактовать каждую потребность в изоляции от других потребностей или исследовать субординацию потребностей в зависимости от однозначного определения одной какой-либо ведущей потребности. Ни одна человеческая потребность не существует в чистом виде, все они взаимосвязаны и переплетены таким образом, что представляют собой сложную мозаику, множеством нитей связанную с возможностями

Извращенными (вредоносными) Бережной называет те из неразумных потребностей, которые в случае их удовлетворения приводят не только к разрушению и циничному попранию моральных и правовых норм человеческого общежития, но и в своих крайних проявлениях способствуют градации человеческой природы и тупиковому состоянию развития рода «человек».

Эти пороки современного общества существуют не столько от недостатка материальных благ, сколько от пресыщения материальными благами и бездуховности человека, отсутствие у людей идеалов.

Наконец, последняя из групп ценностно-ориентированных потребностей – истинные и ложные потребности.

Вот как определяет ложные потребности известный немецкий философ Г.Маркузе в своей книге «Одномерный человек»:

«Ложными являются те, которые навязываются индивиду особыми социальными интересами в процессе его подавления: это потребности, закрепляющие тягостный труд, агрессивность, нищету и несправедливость. Их утоление может приносить значительное удовлетворение индивиду, но это не то счастье, которое следует оберегать и защищать, поскольку оно сковывает развитие способности распознавать недуг целого и находить пути к его лечению. В результате – эйфория в условиях несчастья. Большинство преобладающих потребностей (расслабляться, развлекаться, потреблять и вести себя в соответствии с рекламными образцами, любить и ненавидеть то, что любят и ненавидят другие) принадлежит к этой категории ложных потребностей».

Но какие потребности Маркузе называет истинными потребностями? «Безоговорочное право на удовлетворение имеют только первостепенные потребности, – пишет

достоинств личности и т. п.

Следующим основанием для выделения больших групп потребностей является разделение потребностей по их социально-гуманистической ориентации (ценности). Это будет группа ценностно-ориентированных потребностей. По этому основанию можно выделить разумные и неразумные (извращенные) потребности, истинные и ложные, прогрессивные и регрессивные.

2.5. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ГРУПП ПОТРЕБНОСТЕЙ

2.5.1. БИОЛОГИЧЕСКИЕ (ЕСТЕСТВЕННЫЕ) ПОТРЕБНОСТИ

Это всеобщие первичные потребности жизнедеятельности организма, нормального функционирования человеческого тела: потребности питания и выделения, потребности расширения жизненного пространства, деторождения (воспроизводство рода), потребность физического развития, здоровья, общения с природой.

Подчиняясь зову своей природы, человек побуждается к действиям, направленным на немедленное удовлетворение биологических потребностей. Естественные потребности – это проявления того инстинкта жизни, которые свойственны человеку так же, как и всему роду животных.

Однако, оставаясь животным, человек становится человеком в меру преодоления своей животности. Макс Шеллер и еще ранее Августин Блаженный пытались создать теорию преодоления человеком своей животности. В силу господства души над телом, человек, по Августину, вырван из природы и поставлен над ней. Но в практической жизни тело довлеет над душой человека: его разум подсказывает лучшие поступки, но он следует худшему, впадает в грех. В силу двойственности своей природы чело-

век думает как ангел, но поступает как животное. В качестве средства преодоления своей животности Августин утверждал приоритет воли над разумом, выступив впервые в истории философии с позиции ярко выраженного волюнтаризма.

Биологические потребности человека, оставаясь биологическими по своей сущности, тогда становятся подлинно человеческими, когда они опосредуются условиями общественного бытия, детерминируются достигнутым уровнем культуры.

В «Экономическо-философских рукописях 1844 г.» Маркс показал, что природное отношение мужчины к женщине становится человеческим отношением лишь при условии, что оно освобождается от давления грубых физиологических потребностей и становится общественным отношением. В отношении мужчины к женщине, по Марксу, «обнаруживается, в какой мере естественное поведение человека становится человеческим или в какой мере человеческая сущность стала для него естественной сущностью, в какой мере его человеческая природа стала для него природой».

С этих высказываний Маркса следует вывод, что биологические потребности человека выражают его природу, но не его сущность и могут быть правильно поняты через призму его социально-деятельной сущности. В этом ракурсе следует рассматривать и потребность человека в общении с окружающей природой.

В человеке заложена генетически потребность следовать вечному зову своего естества, зову окружающей природы. Вместе с тем, гармония человека с природой (внутренней и внешней) как самоцель – кратковременная ситуация мятежного человеческого духа, не терпящего продолжительного состояния покоя, душевного удовлетворения.

ванию человеческого организма, росту престижа личности в обществе, ее гуманному развитию, гуманизации всех сторон общественной жизни.

Ученые выделяют несколько критериев разумных потребностей:

- чувство меры в удовлетворении потребностей, не доводящее до деградации личности;

- гармоническое сочетание разных потребностей. Нельзя признать разумной даже духовную потребность, если ее удовлетворение достигается за счет подавления других (естественных и материальных) потребностей;

- соответствие потребностей способностям личности и наличием средств их реализации;

- управляемость потребностями.

- потребности, которыми управляет человек, называют разумными.

Формирование и удовлетворение разумных потребностей – благородная и почетная задача системы государственного управления, образования и воспитания, всего уклада общественной жизни. Неразумные потребности – такая группа потребностей, которые создают тупиковые ситуации в функционировании человеческого организма, в развитии личности, наносят ущерб интересам общества, а в случае их омасовления приводят к деградации человеческого общества, и дегуманизации всех общественных отношений.

О способности человека различать разумные и неразумные потребности и роли этой способности в формировании разумного образа жизни и, в конечном счете, счастья человека писал французский социалист XVIII века Габриэль Мабли: «Бесполезные (неразумные) потребности вызывают у человека бесполезные для его истинного счастья желания и заполняют его самыми несправедливыми и нелепыми предрассудками или заблуждениями».

дух образует поле объективного взаимодействия индивидуальных сознаний – своеобразных центров воплощения духа. В этом смысле можно говорить о духе народа.

Вот как определял дух народа Гегель: «Он есть определенный дух, создающий из себя наличный действительный мир, который в данное время держится и существует в своей религии, в своем культе, в своих обычаях, в своем государственном устройстве и в своих политических законах, во всех своих учреждениях, в своих действиях и делах. Это есть его дело, это есть этот народ».

Сила духа возрастает по мере освобождения его от отягощения материей. При этом дух не только лишается опоры в материальной субстанции, он выходит за пределы сознания, приобретает символический характер, теряет пространственно-временные координаты бытия.

Духовные потребности есть стремление приобрести и обогатить свою духовность. Бесконечно многообразен арсенал духовности: знания о мире, обществе и человеке, искусство, литература, философия, музыка, художественное творчество, религия.

2.5.5. ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Основанием для выделения этой группы потребностей является классификация потребностей по критериям их гуманистической и этической направленности, по их роли в образе жизни и всестороннем гармоническом развитии личности.

По этим критериям можно выделить разумные и неразумные (извращенные) потребности, истинные и ложные, прогрессивные и разрушительные потребности.

Разумные потребности – это потребности, удовлетворение которых способствует нормальному функциониро-

Быть в слитности с естественным и растительным, и животным миром, со своими биологическими потребностями – желание преходящее, временное, не суть выражение свободы личности, а если оно и продолжительно, то отягощено сознанием своей несвободы. Ибо мир природы – это не мир человека, он может стать таковым лишь при условии, что человек организует этот мир по-своему, преобразуя его по законам человеческой деятельности.

Резюмируя сказанное, Бережной приходит к выводу: человека удовлетворяет только такое общение с природой, при котором остаются следы его самоутверждения в природе, то есть удовлетворяет измененная природа. Пассивное, созерцательное отношение к природе воспринимается человеком лишь как временная пауза вечно бытийствующей деятельной сущности.

2.5.2. МАТЕРИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Материальными называют потребности в средствах и условиях удовлетворения биологических, социальных и духовных потребностей.

Среди многообразия этих потребностей Маркс выделял три потребности: в пище, жилище и одежде. Норма материальных потребностей определяется существующим в стране уровнем развития материального производства, наличием в нем природных ресурсов, положением человека в обществе, видом деятельности. Норма материальных потребностей должна обеспечить каждой личности нормальные условия ее трудовой и иной деятельности, комфорт быта и транспорта, отдыха и восстановления здоровья, условия физического и интеллектуального развития. Все вместе взятые материальные потребности и способы их удовлетворения определяют уровень жизни человека.

Следует подчеркнуть, что материальные потребности не безграничны. Они количественно определены для каж-

дой страны, каждого региона и каждой семьи и выражаются в таких понятиях, как «продовольственная корзина», «прожиточный минимум» и др.

Во всех случаях существует верхняя и нижняя планка удовлетворения материальных потребностей. Так, прожиточный минимум в России в 1996 г. равнялся примерно 600 тыс. рублей в месяц на одного человека. Эта цифра варьировалась в различных регионах России от 1 млн. рублей в месяц до 280 тыс. руб. в зависимости от климатических зон и экономических условий регионов, от уровня инфляции и др. В Москве прожиточный уровень в начале 1998 г. составлял 800 рублей на человека, в 1999 г. — 1800 рублей, т. е. повысился более чем в 2 раза за один год.

Преодоление низшей планки уровня жизни превращает человека в нищего, в изгоя общества, преодоление высшей планки пресыщает человека, лишая его способности социальной ориентации, для него в такой ситуации накопление материальных ценностей — жилья, денег, мебели, одежды, недвижимого имущества — превращается в самоцель и смысл жизни. Наиболее резким проявлением этой тенденции смысла жизни является алчность, — когда во имя увеличения собственности человек готов совершить любое преступление.

Увеличение численности двух противоположных слоев общества — бедных и богатых — признак несправедливости общественного строя.

Принято считать, что богатство всегда представляет вещную, легко отчуждаемую от человека форму, цель материального производства, овеществленный результат от деятельности. По мнению Бережного, такое представление о богатстве не исчерпывает его содержания: в зависимости от того, понималось ли богатство как самоцель в жизни или как средство более возвышенной деятельности

лени к прекрасному, к созерцанию природы, к классическим произведениям литературы и искусства. Культура — субстанция духовности, в ней — квинтэссенция духовного опыта человечества.

Более полную определенность духовность приобретает путем сравнения ее с ее антиподом — бездуховностью.

Бездуховность — это сознание, не выходящее за пределы утилитарной пользы, не возвышающееся над суетой повседневной жизни, поработанное вирусом потребительства, удовлетворения биологических потребностей. Бездуховность — одна из главных причин потери человеческого в человеке: алкоголизма, наркомании, цинизма, проституции, аморализма — всех тех пороков, которые тормозят общественный прогресс. Бездуховный человек — это отчужденный человек, он отчужден от возвышенной формы своего бытия.

Из приведенного анализа феномена духовности следует, что характеристика духовности не ограничивается сферой сознания, она может реализовываться в индивидуальной жизни лишь при наличии развитых волевых качеств индивида, его способности направлять свою жизненную энергию в определенном направлении.

Таким образом, духовность — не просто средоточие функций сознания, она — функция деятельной сущности человека. Накапливая знания о себе и внешнем мире, человек обогащает свое сознание внутренней энергией, которая стремится вырваться из пут материи и выразить себя в духе. Индивидуальное бытие сознания становится духом, преодолевая узкие рамки этой индивидуальности, объединяясь к себе подобными. Дух ломает физиологические перегородки, национальные различия, групповые различия своей устремленностью к единству, к интеграции многообразия в единую целостность.

Формируясь за пределами индивидуального сознания,

вые. Но не всякая сознательность духовна. Как писал С. Булгаков. «Если поставить знак равенства между добром и удовольствием, то нет того падения и чудовищного порока, которое бы не освящалось этим принципом. Идеал в этом смысле – превращение человека в животное».

Для объяснения феномена духовности Бережной использует понятие трансцендентности, многогранный смысл которого широко раскрыт в философии И. Канта, но в данном контексте взят лишь применительно к духовности.

Трансцендентность есть выход за пределы повседневного естественного бытия человека, за пределы достигнутого человеком понимания мира. Трансцендировать – значит преодолевать рамки своего эмпирического бытия, преодолевать себя, стремиться стать выше, выйти на новый виток свободы.

Духовность – трансценденция сознания за пределы повседневного бытия до высоты религиозного чувства, эстетического миропереживания, всеобъемлющего философского постижения мира.

Характеризуя религию, Маркс писал: «Религия есть с самого начала сознание трансцендентности, возникающее из действительной зависимости».

Следует заметить, что как религиозная, так и светская духовность возникают и функционируют на общей почве сознательного стремления к возвышенному как к такой высоте, на которой человек чувствовал бы себя в меньшей зависимости от повседневных нужд и страданий. Но границы и конечные цели подобного возвышения могут быть разными.

Таким образом, духовность – это стремление преодолеть себя в своем сознании, достичь высоких целей, следовать личному и общественному идеалу, общечеловеческим ценностям. Духовность проявляется также в стрем-

в различных общественно-экономических формациях изменялось, обретая новое звучание.

Исследуя этот вопрос в «Экономических рукописях 1858-1859 г.», Маркс отмечал, что в древнем обществе богатство не является самоцелью, исследовался всегда вопрос, какая форма собственности обеспечивает государству наилучших граждан. Поэтому древнее воззрение, согласно которому человек всегда выступает как цель производства, кажется куда возвышеннее по сравнению с современным миром, где производство выступает как цель человека, а богатство как цель производства.

Таким образом, вещественное богатство (продукты питания, жилища, одежда, деньги, автомобиль, средства связи и информации и др.) тогда являются гуманистической ценностью, когда они рассматриваются как средство всестороннего гармонического развития личности, но не как самоцель. По сравнению с вещественным богатством как самоцелью и смыслом жизни, всестороннее развитие личности имеет то преимущество, что оно неотчуждаемо и как таковое может быть использовано в различных изменяющихся обстоятельствах без ущерба престижу личности в обществе. Наоборот, неразвитость индивида, односторонняя профессиональная специализация может оказаться невостребованной на поворотных этапах общественного развития.

2.5.3. СОЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

В отличие от биологических и материальных потребностей социальные потребности не так настойчиво дают о себе знать, они существуют как само собой разумеющееся, не побуждают человека к их немедленному удовлетворению.

Социальные потребности в иерархии потребностей играют определяющую роль.

На заре возникновения человека, для обуздания зоологического индивидуализма люди объединялись, создавали табу на владение гаремами, совместно участвовали в охоте на дикого зверя, четко понимали различия между «своими» и «чужими», совместно вели борьбу со стихиями природы.

Благодаря превалированию потребностей «для другого» над потребностями «для себя» человек стал человеком, создал собственную историю. Бытие человека в обществе, бытие для общества и через посредство общества – центральная сфера проявления сущностных сил человека, первое необходимое условие реализации всех остальных потребностей: биологических, материальных, духовных.

Социальные потребности существуют в бесконечном многообразии форм. Бережной делает попытку классифицировать эти группы потребностей по трем признакам-критериям:

- 1) потребности для других;
- 2) потребности для себя;
- 3) потребности вместе с другими.

1. Потребности для других

Сюда относятся потребности, выражающие родовую сущность человека. Это – потребность общения, потребность защиты слабого. Наиболее концентрировано потребность «для других» выражается в альтруизме – в потребности жертвовать собой во имя другого. Потребность «для других» реализуется, преодолевая вечный эгоистический принцип «для себя».

2. Потребность «для себя»

К этой группе потребностей относятся: потребность самоутверждения в обществе, потребность самореализа-

ции, потребность самоидентификации, потребность иметь свое место в обществе, в коллективе, потребность власти и т.д. Потребности «для себя» называются социальными, поскольку они неразрывно связаны с потребностями «для других» и только через них могут быть реализованы. В большинстве случаев потребности «для себя» выступают как иносказательное выражение потребностей «для других».

3. Потребности «вместе с другими»

Это группа потребностей, выражающая побудительные силы многих людей или общества в целом: потребность безопасности, потребность свободы, потребность обуздания агрессора, потребность мира, потребность смены политического режима. Особенности потребностей «вместе с другими» состоят в том, что они объединяют людей для решения назревших задач общественного прогресса. Самый уважаемый человек – это человек, обладающий богатством социальных потребностей и направляющий все усилия своей души на удовлетворение этих потребностей.

2.5.4. ДУХОВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Любая потребность характеризуется направленностью на какой-либо предмет, побуждает человека к овладению этим предметом.

Биологическая потребность побуждает человека к овладению всеобщими жизненными ресурсами, материальная потребность имеет своим предметом материальные средства удовлетворения всех потребностей, социальная потребность побуждает человека к овладению формами общения и связи с другими людьми. Предметом духовной потребности является духовность.

Духовность и сознательность – понятия однопорядко-