***Лекция 7.  Теории классификации потребностей***

Проблема классификации огромного многообразия человеческих потребностей не находит пока однозначного решения. Разные классификации потребностей предлагаются экономистами, психологами, социологами, культурологами и другими специалистами. Однако они носят узкоспециальный характер и не могут дать представление о всей совокупности потребностей, присущих человеку. Поэтому в отличие от них требуется обобщающая классификация, которая может быть разработана только с позиций философии. Вместе с тем и философские классификации потребностей могут быть разной степени обобщения (более общими и менее общими). Кроме того, возможны и разные аспекты философского исследования потребностей: базовый или основывающийся на нем, формальный и содержательный, необходимый и случайный, первичный и вторичный, материальный и духовный и др. Философская классификация потребностей должна учитывать и различия между социальными субъектами (индивидом, малой и большой социальной группой, обществом и человечеством).

**Классификация потребностей по С.В. Орлову.**

*Биологические потребности* – необходимый комплекс потребностей для поддержания функциональности человека (жилье, пища, одежда, продолжение рода), физиологические потребности организма. Социальный характер удовлетворения биологических потребностей - общение.

*Социальные потребности* тесно связаны с биологической составляющей, потребности человека как члена социального коллектива, группы, общества. Социальная идентичность и референтные группы, потребности в социальном статусе, социальной мобильности, признании и самовыражении, сопричастности и социальной значимости. Социальные потребности связаны с жизнедеятельностью человека как члена общества, коллектива, соц.группы. К ним относятся потребности в социальной активности, независимости, достижении определенного социального статуса. Они вытекают из образа жизни людей. К особой социальной потребности относится потребность в творческом и содержательном труде как средстве самовыражения, самоутверждения и самореализации. Она проявляется в неодолимом тяготении их к труду как к жизненно необходимой и приятной деятельности. При наличии такой потребности труд доставляет человеку радость, счастье, и человек не может не трудиться.

*Материальные потребности* – весь спектр потребностей, связанных с обеспечением материального существования: материально-биологические (пища, еда, жилье).Факторы влияния на материально-биологические потребности: научный и технический потенциал, теория потребления, запросы элит. И материально-социальные (трудовая деятельность, трудовой обмен, общение) потребности.

*Духовные потребности*– потребности в знаниях, настроениях, переживаниях и впечатлениях. Формируются из четырех аспектов: потребность в познании, потребность в образовании, потребность в воспитании, смысложизненные потребности. Процесс познания также является одним из ключевых вопросов философии. Потребность в познании окружающего мира является необходимым для человека социального, помогает адаптироваться к трансформациями в культуре и социуме. Научное познание возможно с помощью следующих методов: анализ и синтез, абстрагирование. обобщение. дедукция, индукция. Процесс познания не ограничивается исключительно научным видением мира. Познание окружающего мира возможно через восприятие художественных образов: литература, искусство содержат значительное количество социального опыта человечества, формируют нормы и модели поведения. представления о прекрасном. о должном и необходимом. Удовлетворяя потребность в образовании, человек может совершенствовать свои навыки. а также решать проблемы своего карьерного развития. Наряду с образованием важную роль в процессе социализации играет еще одна важная потребность - потребность в воспитании. Значимость ближайшего окружения в процессе воспитания также крайне высока: через ближайшее окружение человек формирует круг собственных интересов и создает круг своего общения. Потребность в смысле жизни является одной из самых противоречивых. С одной стороны, человек всегда задумывается о собственном предназначении и месте в жизни. С другой смысл жизни занимал многих самых мудрых философов, однако его сложность подразумевает множество трактовок и вариантов. Формирование представлений о смысле жизни обозначают целии задачи частной жизни человека` его перспектив и задач на жизненном пути. Данные потребности напрямую зависят от формирования личности человека в процессе социализации (потребности в образовании и воспитании).

*Индивидуальные потребности* – потребности конкретной личности, имеющей собственные биологические и психологические характеристики, анатомические и физиологические специфические черты организма. Они продиктованы рядом факторов, которые мы должны обозначить. Прежде всего, это фактор личной выгоды: в зависимости от конкретных преференций (финансовая выгода, карьерный рост и другое) индивид формирует круг потребностей. Во-вторых, результаты процессов образования и воспитания: ценности и традиции, модели поведения, жизненные стратегии и т.д. В-третьих, важное значение имеет социо-культурное пространство, в котором реализует себя индивид: в обществах, ориентированных на коллектив (Китай` Япония. КНДР и др.), индивидуальные потребности рассматриваются сквозь призму коллективных, а в обществах индивидуалистического типа (например, страны Западной Европы и США) ценности частной собственности, личной независимости доминируют. При этом ценность самого индивида, его жизни, частной жизни, комфорт индивида, уровень благосостояния человека являются приоритетными потребностями в современных обществах.

 Общественная потребность – потребности, которые коррелируют с общественными интересами, потребности большинства индивидов. - надыиндивидуальная конструкция, а все институциональные инструменты (образование, политические институты) нацелены на формирование гражданина, который органично вписывается в параметры того или иного государства. Примером подобных потребностей могут служить следующие: сохранение экологического равновесия (проблема пресной воды, сохранение редких видов флоры и фауны), сохранение мира и предотвращение военных конфликтов, повышение уровня медицинского обслуживании, образовательных услуг, свободы слова, вероисповедания и др. Если мыслить границами того или иного государства, то под общественными потребностями мы можем понимать защиту интересов государства, его территориальной целостности, повышения уровня жизни, сокращение числа нуждающихся и мн. др.

Субъекты социума: индивид, группа, коллектив. *Коллектив*(в том числе социально-профессиональные группы). На этом уровне также существуют потребности коллективного характера: повышение качества результатов трудовой деятельности, качества конечного продукта, условий труда, уровня корпоративной культуры, психологического комфорта коллектива. Все эти аспекты, в конечном итоге, формируют комфортные условия для сотрудника в коллективе: уважение со стороны коллектива, признание роличеловека в коллективе. финансовую устойчивость, психологическое состояние сотрудника.

Далее мы обозначим потребности индивида в рамках *малых коллективов (групп).* Традиционно под малыми социальными группами понимают немногочисленную группу людей (от 3 до15 человек), которые объединены общей социальной деятельностью. находятся в непосредственном общении, способствуют возникновению эмоциональных отношений. В рамках такихгрупп также возникает ситуация доминанты коллективных ценностей над индивидуальными, наиболее распространенный пример – семья, где интересы общественные (сохранение семьи, дети, условия воспитания детей, поощрение полных семей, стимулирование многодетных семей) превалируют над условиями личного комфорта и личных интересов.

*Рутинные потребности* -повседневное потребление уже созданных типовых товаров и услуг.

*Творческие потребности* – это потребности в создании новых, материальных и духовных ценностей, или в самостоятельном осмыслении и переработке уже познанного и осознанного. Творчество является основой человеческой жизни, источником всех материальных и духовных благ. Высшая форма деятельности личности. Потребность в созидании через интеллектуальную деятельность. Процесс творчества: существующий социальный опыт (накопление, классификация), поиск дополнительной информации, период осмысления (инкубации) через отвлечение, создание креативной идеи, проверка и доработка замысла.

**Теория Потребностей Маслоу**

Абрахам Маслоу признавал, что люди имеют множество различных потребностей, но полагал также, что эти потребности можно разделить на пять основных категорий:

1. **Физиологические** потребности являющиеся необходимыми для выживания - потребности в еде, воде, убежище, отдыхе и сексуальные потребности.
2. **Потребности в безопасности и уверенности в будущем**- потребности в защите от физических и психологических опасностей со стороны окружающего мира и уверенность в том, что физиологические потребности будут удовлетворены в будущем. Проявлением потребностей уверенности в будущем является покупка страхового полиса или поиск надежной работы с хорошими видами на пенсию.
3. **Социальные потребности**, иногда называемые потребностями в причастности - чувство принадлежности к чему или кому-либо, чувство, что тебя принимают другие, чувства социального взаимодействия, привязанности и поддержки.
4. **Потребности в уважении** - потребности в самоуважении, личных достижениях, компетентности, уважении со стороны окружающих, признании.
5. **Потребности самовыражения** - потребность в реализации своих потенциальных возможностей и росте как личности.

**Система потребностей Маслоу** – иерархическая, то есть потребности нижних уровней требуют удовлетворения и, следовательно, влияют на поведение человека прежде, чем на мотивации начнут сказываться потребности более высоких уровней. В каждый конкретный момент времени человек будет стремиться к удовлетворению той потребности, которая для него является более важной или сильной. Прежде, чем потребность следующего уровня станет наиболее мощным определяющим фактором в поведении человека, должна быть удовлетворена потребность более низкого уровня. Поскольку с развитием человека как личности расширяются его потенциальные возможности, потребность в самовыражении никогда не может быть полностью удовлетворена. Поэтому и процесс мотивации поведения через потребности бесконечен.

Например, человек, испытывающий голод, будет сначала стремиться найти пищу и только после еды будет пытаться построить убежище. Живя в удобстве и безопасности, человек сначала будет побуждаться к деятельности потребностью в социальных контактах, а затем начнет активно стремиться к уважению со стороны окружающих. Только после того, как человек почувствует внутреннюю удовлетворенность и уважение окружающих, его важнейшие потребности начнут расти в соответствии с его потенциальными возможностями. Но если ситуация радикально изменяется, то и важнейшие потребности могут круто измениться.

Для того чтобы следующий, более высокий уровень иерархии потребностей начал влиять на поведение человека, не обязательно удовлетворять потребность более низкого уровня полностью. Таким образом, иерархические уровни не являются дискретными ступенями. Например, люди обычно начинают искать свое место в некотором сообществе задолго до того, как будут обеспечены их потребности в безопасности или полностью удовлетворены их физиологические потребности. Этот тезис можно отлично проиллюстрировать на примере той большой важности, которую имеют ритуалы и социальное общение для примитивных культур джунглей Амазонки и некоторых частей Африки, хотя там всегда присутствуют голод и опасности.

**Применение теории Маслоу**

Для того чтобы мотивировать конкретного человека, руководитель должен дать ему возможность удовлетворить его важнейшие потребности посредством такого образа действий, который способствует достижению целей всей организации. Еще не так давно руководители могли мотивировать подчиненных почти исключительно только экономическими стимулами, поскольку поведение людей определялось, в основном, их потребностями низших уровней. Сегодня даже люди, находящиеся на низших ступенях иерархической лестницы организации, стоят на относительно высоких ступенях иерархии Маслоу.

Руководитель должен внимательно наблюдать за своими подчиненными, чтобы решить, какие активные потребности движут ими. Поскольку со временем эти потребности меняются, то нельзя рассчитывать, что мотивация, которая сработала один раз, будет эффективно работать все время.

Руководители должны знать, что предпочитает тот или иной сотрудник в системе вознаграждений, и что заставляет какого-то из ваших подчиненных отказываться от совместной работы с другими. Разные люди любят разные вещи, и если руководитель хочет эффективно мотивировать своих подчиненных, он должен чувствовать их индивидуальные потребности.

Основная критика теории Маслоу сводилась к тому, что ей не удалось учесть индивидуальные отличия людей.

Например, многие люди в современной России были настолько потрясены «дефолтом» 1998 года, что после этого (хотя им и удалось «встать на ноги») доминирующей у них остается потребность в безопасности.

**Методы удовлетворения потребностей высших уровней**

**Социальные потребности**.

1. Давайте сотрудникам такую работу, которая позволила бы им общаться.
2. Создавайте на рабочих местах дух единой команды.
3. Проводите с подчиненными периодические совещания.
4. Не старайтесь разрушить возникшие неформальные группы, если они не наносят организации реального ущерба.
5. Создавайте условия для социальной активности членов организации вне ее рамок.

**Потребности в уважении**.

1. Предлагайте подчиненным более содержательную работу.
2. Обеспечьте им положительную обратную связь с достигнутыми результатами.
3. Высоко оценивайте и поощряйте достигнутые подчиненными результаты.
4. Привлекайте подчиненных к формулировке целей и выработке решений.
5. Делегируйте подчиненным дополнительные права и полномочия.
6. Продвигайте подчиненных по служебной лестнице.
7. Обеспечивайте обучение и переподготовку, которая повышает уровень компетентности.

**Потребности в самовыражении**.

1. Обеспечивайте подчиненным возможности для обучения и развития, которые позволили бы полностью использовать их потенциал.
2. Давайте подчиненным сложную и важную работу, требующую от них полной отдачи.
3. Поощряйте и развивайте у подчиненных творческие способности.

**Мак-Клелланд выделил три вида потребностей высших уровней**:

· власти;

· успеха;

· причастности.

Потребности власти выражается в желании воздействовать на других людей. Люди с этой потребностью чаще проявляют себя как энергичные, не боящиеся конфронтации, стремящиеся отстаивать собственную позицию. Они хорошие ораторы и требуют к себе повышенного внимания со стороны других. Руководство привлекает людей с потребностью власти, поскольку оно дает возможность реализовывать и проявлять власть.( Потребность власти как инструмент реализации желания воздействия на других людей и жажды преобразований. Харизма и лидерство как необходимые условия адекватной реализации потребности власти.)

Потребность успеха удовлетворяется не провозглашением и признанием успеха, а процессом доведения работы до успешного завершения. Люди с потребностью успеха предпочитают иметь дело с проблемами, при разрешении которых они могут взять ответственность на себя, но эти проблемы должны быть реально разрешимы, а поощрение за достигнутый результат - конкретным и ощутимым.( Потребность успеха как интегральная характеристика массового общества, формирование представлений об успехе, культивирование идеи успеха в современном информационном пространстве, снижение доли риска в процессе социального функционирования.)

Потребность причастности по сути совпадает с социальной потребностью Маслоу.

Потребности в причастности: формирования списка коллег, партнеров, с которыми устанавливаются дружеские отношения, форсирование социального графа.

Высшие потребности: Эти потребности обеспечивают всестороннее развитие человека. Среди них выделяют: познавательные потребности; потребности в художественном чтении; потребности в общении с искусством; культурно-досуговые потребности активного характера: потребность творчества;потребность в самодеятельности; потребность в самовыражении; потребности социально-политические и нравственные

**Классификация потребностей У. Мак-Гира и способы их удовлетворения в сервисной деятельности**



**Потребность в последовательности.**

**Основное стремление**— иметь все стороны, или части, соответствующие друг другу. Эти стороны включают отношения, поведение и поступки, мнения, самоимидж (самовидение, самопредставление), видение других и т. д.

После значимой покупки потребитель может чувствовать диссонанс (чувство дисбаланса) и может быть мотивирован искать дополнительную информацию для снижения этого чувства несоответствия (покупки — потребности или финансовым возможностям). Сомнения «сделал ли я правильную покупку?» должны быть устранены установлением благоприятного баланса между чувствами, отношениями и поведением.

Потребность в определении причинности атрибутов.

Это мотивы, связанные с потребностью определять — кто или что вызывает вещи, происходящие с нами.

Этот подход используется преимущественно для анализа реакций потребителей на продвигающие сообщения (в аспекте доверия).

Например, когда потребители приписывают совету продавца или рекламному сообщению мотив продажи, они склонны обесценивать совет. Это привело маркетеров к использованию авторитетных споукперсон — врачей, актеров, собаководов.

Сноуперсона : лишь эта персона уполномочена сообщать информацию внешнему миру от имени организации

Это потребность в способности делить информацию по значимости. Так, мы устанавливаем категории, или умственные позиции, позволяющие нам обрабатывать большие объемы информации. Цены часто категоризируются (упорядоченно назначаются) таким образом, что различные цены подразумевают различные категории товаров.

Например, компьютеры стоимостью более 4 тыс. долларов и менее 1 тыс. долларов воспринимаются потребителем как два различных значения в силу того, что информация категоризируется на основе уровня цены. Многие фирмы оценивают предметы в 9,95, 49,95 доллара и т. д. Причина — избежание отнесения к группе свыше 10 или 50 долларов.

**Потребность в сигналах.**

Эти мотивы отражают потребность в наблюдаемых сигналах или символах, позволяющих нам делать вывод о том, что мы чувствуем и знаем. Впечатления, чувства и отношения человека неявно возникают в результате наблюдения самого себя и других и последующего заключения о том, что мы чувствуем и думаем.

Человек, надевший новый костюм, испытывает потребность в одобрении, восхищении, признании со стороны окружающих. Одежда нередко играет важную роль в представлении значения желаемого имиджа и жизненного стиля потребителя. Поэтому некоторые компании обращаются к специальным консалтинговым компаниям при пошиве одежды для своих управляющих — той, что соответствует желаемому имиджу фирмы.

**Потребность индивидуума в независимости или чувстве самоуправляемости** вытекает из потребности установить чувство самоценности и значимости путем самоактуализации. Сервисологи используют этот мотив, предоставляя продукты, которые предлагают тебе: «Делай то, что считаешь нужным», «Будь самим собой».

Мы часто ищем разнообразия и различия просто из потребности в новизне. Это может быть основной причиной переключения с одной марки на другую и так называемых импульсивных покупок**. Потребность в новшестве** неравномерна и изменяется во времени. Туристическая индустрия сегментирует рынок отпускников, продвигая два типа отпуска для групп, в зависимости от их возможной потребности в новизне — «приключенческий» или «спокойный, расслабляющий».

Мотив связан с потребностью выразить свою индивидуальность. Покупка многих продуктов, в частности одежды, парфюмерии, образования, позволяет потребителям выражать свою индивидуальность перед другими, поскольку эти продукты имеют символическое и экспрессивное значение. Так, например, покупка последней модели куртки может выражать гораздо больше, чем желание сохранять тепло в прохладную погоду.

Наконец, важным вопросом в разработке классификации потребностей является вопрос об основаниях. Иначе говоря, что должно быть взято в качестве критерия для выделения разного рода потребностей? Например, **Н.М.Бережной** берет за исходную посылку своей классификации виды бытия человека: биологическое, социальное и духовное (см.: Бережной Н.М. Человек и его потребности. – М., 2000.- С.90). Если выделение биологического и социального бытия осуществлено в одном аспекте, то духовное бытие выпадает из него, ибо оно стоит в противоречивом отношении к материальному бытию и поэтому они представляют другой аспект. Кроме того, эти аспекты характеризуются разной степенью обобщения человеческого бытия: более общими являются биологическое и социальное, а менее общими – материальное и духовное, которые в отношении человека можно считать конкретизируют предыдущий аспект бытия.
**Биологические потребности** человека существенно отличаются от аналогичных потребностей высокоразвитых животных. Главное различие заключается в том, что человекам они осознаются, а животными – нет. Человеческие биологические потребности есть результат не простого переноса их от животных к человеку в процессе антропосоциогенеза (происхождения человека и общества), а существенного преобразования животных потребностей в человеческие. Это преобразование качественно изменило потребности. В отличие от животных нужд биологические потребности человека приобрели способность к развитию по мере их удовлетворения. Удовлетворив потребность на одном уровне, человек обнаруживает, что потребность выросла и требует своего удовлетворения уже на более высоком уровне. В этом выражается творческая сущность человека на биологическом уровне его существования

**Социальные потребности -**не так настойчиво дают о себе знать, они существуют как само собой разумеющееся, не побуждают человека к их немедленному удовлетворению. Было бы, однако, непрости­тельной ошибкой делать вывод, что социальные потребности иг­рают второстепенную роль в жизни человека и общества.

Наоборот, 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 и создал собственную историю.

Социальные потребности существуют в бесконечном многообразии форм:

1 – потребности для других;

2 – потребности для себя;

3 – потребности вместе с другими.

Потребность «ДД» - это потребность, выражающая родовую сущность защиты человека. Это потребность общения, потребность защиты слабого. Наиболее концентрировано потребность «для других» выражается в альтруизме — в потребности жертвовать собой во имя другого.

Потребность «для себя» — потребность самоутверждения в об­ществе, потребность самореализации, потребность самоидентифи­кации, потребность иметь свое место в обществе, в коллективе, потребность власти и т. д. Потребности «для себя» потому называ­ются социальными, что они неразрывно связаны с потребностями «для других», и только через них могут быть реализованы.

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.

Самый уважаемый человек — это человек, обладающий богат­ством социальных потребностей и направляющий все силы своей души на удовлетворение этих потребностей. Это человек — под­вижник, революционер, народный трибун, приносящий всю свою жизнь на алтарь отечества, на алтарь общественного прогресса.

**Духовные потребности - б**иологическая потребность побуждает человека к овладению 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. Но что такое духовность?

Духовность — трансценденция сознания за пределы повседнев­ного бытия до высоты религиозного чувства, эстетического миропереживания, всеобъемлющего философского постижения мира. Т.О. духовность - это стремление преодолеть себя в своем сознании, достичь высоких целей, следовать личному и общественному идеалу, общечеловеческим ценностям. Духовность проявляется также в стремлении к прекрасному, к созерцанию природы, к классическим произведениям литературы и искусства.

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

**Ценностно-ориентированные потребности - о**снованием для выделения этой группы потребностей являет­ся классификация потребностей по критериям их гуманистичес­кой и этической направленности, по их роли в образе жизни и все­стороннем гармоничном 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 функционированию человеческого организма, росту престижа личности в обществе, ее гуманному развитию, гуманизации всех сторон общественной жизни. Можно выделить сле­дующие критерии разумных потребностей:

* Чувство меры в удовлетворении потребностей, не доводя­щее до деградации личности.
* Гармоничное сочетание разных потребностей. Нельзя при­знать разумной даже духовную потребность, если ее удов­летворение достигается за счет подавления других (есте­ственных и материальных) потребностей. В этом смысле нельзя признать уместной поговорку: «Пусть одна, но пла­менная страсть».
* Соответствие потребностей способностям личности и на­личием средств их реализации.
* Управляемость потребностей. Разумными можно назвать те потребности, которыми управляет человек, а не наоборот.

Пять основных видов социальных потребностей человека дают наиболее обобщенную характеристику социальных потребностей, раскрывают главные направления социальных проявлений человека. Каждый из основных видов выражает свое специфическое направление реализации человека как социального существа

1) Преобразовательные потребности связаны со всеми видами человеческой деятельности, которые ведут к изменению существующего, к созданию новых вещей или идей, отношений или процессов. Преобразовательные потребности конкретизируются в зависимости от объекта, на который они направлены (природу, общество, человека; материальный или идеальный и т.д.); в зависимости от этапа в процессе существования потребностей (производственного или потребительского) и других факторов. Конкретные формы преобразовательных потребностей могут быть самыми разнообразными.

2) Познавательные потребности побуждают человека к различным формам познавательной деятельности: обыденному (повседневному) познанию и теоретическому (специальному); научному и вненаучному; естественнонаучному, техническому и гуманитарному; продуктивному (открытие принципиально нового знания) и репродуктивному (учеба) и т.д.

3) Ценностно-ориентационные потребности выражают стремление человека к определению социальной значимости вещей, явлений, процессов, т.е. выработку установок, ценностей, идеалов, убеждений, ценностных ориентаций каждым социальным субъектом. Социальную значимость человек определяет в процессе оценки вещей, явлений, процессов по отношению к своим разнообразным потребностям и интересам. Поэтому ценности имеют субъективный характер, ибо зависят от воли и желания человека (социальных субъектов), но сама потребность в оценке всех вещей, явлений, процессов, с которыми сталкивается человек имеет объективный характер. Подобно животным, которые определяют для себя биологическую вредность или полезность внешних предметов и явлений, человек осуществляет сознательную оценку и вырабатывает в процессе жизнедеятельности ценности и ценностные ориентации. И эта оценка ему объективно необходима для правильной ориентации в окружающем мире и успешного приспособления к нему

4) Потребность в общении является базовой индивидуальной потребностью. Вместе с тем она составляет и важную, специфическую форму социального взаимодействия. Жизнь индивида невозможна без общения его с другими людьми, но в не меньшей степени и общество для осуществления своей жизнедеятельности нуждается в общении социальных субьектов (индивидов, малых и больших социальных групп, исторических общностей и этнических групп, народов). Любой вид общественной деятельности предполагает общение между разными социальными группами. Например, материально-производственная деятельность предполагает общение между рабочими и инженерно-техническими работниками, руководителями и исполнителями, производителями и продавцами и т.д.; познавательно-образовательная деятельность означает общение студентов и преподавателей, администраций вузов и финансовых органов и т.д.; политическая деятельность требует общения избирателей и выборных органов, законодательных органов и т.д. Потребность в общении социальных субъектов является необходимой для нормального функционирования общества.

5) Художественные потребности – это потребности в образном моделировании действительности, воплощаемом в произведениях искусства (литературы, кино, театра и т.д.); это потребность в особом освоении мира. «Специфика художественного освоения, - замечает М.С. Кветной,-состоит в том, что предметом образного моделирования выступает не просто действительность сама по себе, а в соотнесенности с человеком, его потребностями, интересами, целями и идеалами. Поэтому в процессе художественной деятельности совершается идеальная реконструкция бытия, воссоздающая ее не в чисто объективных связях и свойствах, а в неком преображенном виде” (Кветной М.С. Человеческая деятельность: сущность, структура, типы (социологический аспект). – Саратов, 1974. – С. 135).

Биологические и социальные потребности человека находятся в тесном взаимодействии. Это означает, что, с одной стороны, биологические потребности оказывают воздействие на социальные потребности. Они побуждают индивида к различным видам деятельности и через них выступают источником существования и развития общественных организаций, систем, отношений; являются основой для существования потребностей; своим развитием подталкивают к развитию социальные потребности. С другой стороны, социальные потребности оказывают воздействие на биологические потребности. Под воздействием социальных факторов (и прежде всего потребностей) животные нужды древнейших обезьян превратились в человеческие потребности. И в дальнейшем историческое развитие социальных потребностей (особенно производственных, экономических) определяло уровень развития и характер удовлетворения биологических потребностей. Например, удовлетворение потребности в пище было одним в первобытном обществе, другим – в средневековом и третьим – в современном.