

**Нужда и потребность.
Как возникают потребности?
Как потребности начинают
диктовать стратегию активности?**

Нужда - недостаток в необходимом, бедность.

Нужда - потребность в чём-то.

Потребность - надобность, нужда в чём-то, требующая удовлетворения.

С самого рождения мы испытываем различные потребности (в еде, сне, воздухе, уходе).

Удовлетворяя эти потребности, мы позволяем младенцу жить, расти, развиваться. Постепенно человек сам начинает удовлетворять эти потребности, разогревая еду, выходя из дома на прогулку, стирая себе одежду, сам зарабатывая себе на еду, одежду, парикмахерскую или врача.

Со временем потребности человека меняются, дополняются, усиливаются.

Удовлетворение потребностей заставляет нас действовать, двигаться вперед, идти к цели

Потребность

Потребность – ощущение психологического или физиологического недостатка чего-либо, возникающее у человека, группы, коллектива или общества.

Потребности проявляются в зависимости от ситуации и разнообразны – они могут различаться по сфере деятельности, по значимости, временной устойчивости и функциональной роли.

Потребности изменчивы и динамичны, их удовлетворение происходит в рамках целенаправленной деятельности

Потребность

Определение потребностей являлось предметом изучения философов древнего мира, которые достигли определенных успехов в этом, признавая свойство потребностей быть побудительной силой деятельности человека.

Так, Демокрит называл **потребность основной движущей силой**, благодаря которой человек приобрел изощренный ум, язык, речь, привычку к труду. Гераклит считал, что потребности диктуются условиями жизни.

Позже потребности легли в основу французского материалистического течения конца XVII века.

Как отдельный предмет изучения вопрос о потребностях стал рассматриваться в философии, социологии, экономике, психологии в первой четверти XX века.

В психологии под потребностью понимают объективную нужду, которая является источником активной деятельности

Таким образом, потребность проявляется на уровне физических ощущений и эмоций. Если потребность не удовлетворена, то человек испытывает состояние напряжения, дискомфорта или неудовлетворенности.

Эти проявления могут осознаваться человеком или протекать незаметно, но проявляться при этом в неосознанных мотивах и поступках.



Виды (классификация) потребностей людей

Многие ученые выдвигали свою авторскую классификацию видов потребностей. Вот некоторые из них:

Философ Эпикур еще в 3 веке до н.э. Делил все потребности на 3 вида:

- ▶ Естественные и обязательные (без них невозможно жить)
- ▶ Естественные и необязательные (без них возможно выжить)
- ▶ Неестественные и необязательные (хочу замуж за инопланетянина)

Э. Фромм, психоаналитик выделял 5 видов потребностей:

- ▶ Потребность в любви, дружбе, человеческих, теплых чувствах
- ▶ В самоутверждении и собственной значимости в обществе
- ▶ В принадлежности к группе, нации, государству, культуре, религии
- ▶ В творческой деятельности, создании нового вокруг себя
- ▶ В познании окружающего мира

Виды (классификация) потребностей людей

Пирамида Абрахама Маслоу

KtoNaNovenkogo.ru

ПИРАМИДА ПОТРЕБНОСТЕЙ МАСЛОУ



Наиболее популярной считается классификация потребностей А. Маслоу

Согласно А. Маслоу, человеческие потребности имеют уровни от более простых к более высоким, и стремление к более высоким потребностям, как правило, возможно и возникает только после удовлетворения потребностей более низкого порядка, к примеру, в еде и безопасности.

В своей работе «Мотивация и личность» (1954) Маслоу предположил, что все потребности человека врожденные, и что они организованы в иерархическую систему приоритета или доминирования, состоящую из пяти уровней.

1. Физиологические потребности (пища, вода, сон и т.п.)
2. Потребность в безопасности (стабильность, порядок, зависимость, защита, свобода от страха, тревоги и хаоса)
3. Потребность в любви и принадлежности (семья, дружба, свой круг, референтная группа)
4. Потребность в уважении и признании (уважаю себя, меня уважают другие, я известен и нужен. 1: я достигаю, 2: престиж и репутация, статус, слава)
5. Потребность в самоактуализации (развитие способностей. Человек должен заниматься тем, к чему у него есть склонности и способности)

Позже, в других работах, А. Маслоу иногда добавлял еще два уровня: уровень познавательных способностей и уровень эстетических потребностей

При этом сам же Маслоу отмечал, что из этого правила нередко случаются исключения: у некоторых людей потребность в самоактуализации может оказаться важнее, чем потребность в любви, также как некоторые люди останавливаются на уровне низших потребностей, не испытывая интереса к потребностям более высоким, даже когда низшие потребности вроде бы удовлетворены. По мнению Маслоу, все такие нарушения нормального развития человека происходят в результате развития невроза либо в ситуации сильно неблагоприятных внешних обстоятельств.

Например, баснописец И.А. Крылов практически всю свою жизнь прожил в нужде, он не смог жениться из-за отсутствия денег, при этом он писал литературные произведения (не только басни) и практически не получал за это ничего, но не променял эту свою потребность на другую, связанную с получением прибыли

Как потребности начинают диктовать стратегию активности?

В основе человеческого поведения лежат потребности, что не требует подтверждения.

Именно потребность вызывает активность, которая возникает у человека при осуществлении какого-нибудь намерения, действия.

Анализ многочисленных теорий мотивации поведения показывает, что активность становится возможной в результате реализации трех основных принципов функционирования психической организации человека:

- ▶ **гомеостатического** – любое внешнее или внутреннее воздействие приводит к состоянию нарушенного равновесия, которое ликвидируется активностью, направленной на восстановление равновесия в организме
- ▶ **гедонистического** – снижение уровня напряжения, вызванного неудовлетворенной потребностью сопровождается чувством удовлетворения, всякое повышение – чувством неудовлетворения

В связи с этим человеческое поведение отличается в основном двумя тенденциями – стремлением к получению удовольствия и стремлением к избеганию неудовольствия

- ▶ **энергосбережения** – если значительная часть энергии человека расходуется на процесс удовлетворения потребностей, то ее не хватит на другие виды психической или физической активности. В связи с этим человеческое поведение отличается экономичностью расходования психической энергии

Отличие деятельности человека от активности животных

- ▶ 1. Деятельность человека носит продуктивный, творческий, созидательный характер. **Активность животных имеет потребительскую основу, она в результате ничего нового по сравнению с тем, что дано природой, не производит и не создает.**
- ▶ 2. Деятельность человека связана с предметами материальной и духовной культуры, которые используются им или в качестве инструментов, или в качестве предметов удовлетворения потребностей, или в качестве средств собственного развития. Например, для того, чтобы удовлетворить потребность в самореализации, человек берет карандаш, лист бумаги и начинает рисовать. Для животных человеческие орудия и средства удовлетворения потребностей как таковые не существуют. В большинстве случаев животные не будут воспринимать карандаш, как предмет для рисования, они либо не обратят на него внимание, либо будут его грызть и т.п.
- ▶ 3. Деятельность человека преобразует его самого, его способности, потребности, условия жизни. Активность животных практически ничего не меняет ни в них самих, ни во внешних условиях жизни.
- ▶ 4. Человеческая деятельность в ее разнообразных формах и средствах реализации есть продукт истории. Активность животных выступает как результат их биологической эволюции.
- ▶ 5. Предметная деятельность людей с рождения им не дана (новорожденный не умеет рисовать, петь и т. д.) Она «задана» в культурном предназначении и способе использования окружающих предметов. Такую деятельность необходимо формировать и развивать в обучении и воспитании. Активность животных изначально задана и генотипически обусловлена (поведение, развитие животных заложено в генах) и разворачивается по мере естественного анатомо-физиологического созревания организма

Процесс удовлетворения нужды, потребности есть не что иное, как целенаправленная деятельность. В этот момент личность сосредотачивает на ней все свое внимание: ставит цель, ищет средства для ее достижения, предпринимает конкретные действия

Более внимательно изучением потребностей людей как мы уже прочитали, в первой четверти XX века стали заниматься философы, социологи, психологии, целью изучения которых скорее всего, было изучение и объяснения того или иного поведения отдельного человека, групп людей. В это же время начинается подробное изучение потребностей человека экономистами, а затем и маркетологами и другими специалистами, цель которых – изучение потребительского спроса, способов навязывания различных товаров и услуг, маскируя приобретение всего этого под потребности человека. Эти исследования, в отличие от исследований вышеперечисленных специалистов носят исключительно прикладной характер и позволяют с помощью различных манипуляций заставлять приобретать нас зачастую ненужный нам товар или услугу, ставить нам ложные цели-потребности, позволяют продолжительное время существовать огромным компаниям и корпорациям, **получая при этом огромную прибыль**

Потребности человека, как способ манипуляции, навязывания ненужных товаров, обогащения компаний

Взято из маркетинговых исследований:

На формирование потребностей людей влияют различные факторы: характеристика региона (климат, национальный состав, демографическая структура, основные обычаи и т. д.); денежные доходы населения; изменения моды; образ жизни; социальное положение; психология людей и т. д.

С развитием общества потребности совершенствуются и могут изменяться структурно. Например, с ростом уровня жизни людей доля потребностей в самоутверждении также растет.

Изучением потребностей населения, развитием идей продажи новых товаров и услуг занимаются маркетологи

Рассмотрим факторы формирования потребностей более подробно.

- ▶ Характеристика региона является основополагающим фактором, влияющим на потребности людей. Климат, национальный состав, обычаи, оставляют свой отпечаток на общепринятых потребностях людей
- ▶ Существенное влияние на структуру потребностей может оказать половозрастной состав населения. Потребности женщин несколько отличаются от потребностей мужчин. У женщин более развит вкус, они более требовательны к товару, у них более выражены потребности в экономии средств
- ▶ С возрастом у людей менее выражена потребность в модных изделиях, более выражены материальные потребности, например, приобретение удобных изделий
- ▶ Денежные доходы являются существенным фактором, влияющим на потребности людей. Для богатых людей более существенными являются потребности в самоутверждении, а для бедных — экономические потребности. Богатые люди предпочтение отдают качеству, престижности, эстетическим свойствам товаров, а бедные — цене и надежности товаров

Потребности человека, как способ манипуляции, навязывания ненужных товаров, обогащения компаний

- ▶ Важным фактором, влияющим на потребности, является мода.

В отличие от стиля, мода характеризует более кратковременные и поверхностные изменения внешних форм товаров, в особенности одежды и обуви. Существуют разные теории моды. Однако наибольший интерес представляют следующие две теории: психоаналитическая и социальная. Авторами психоаналитической теории являются З. Фрейд, Э. Фромм, Дж. Флюгель и др.

Психоаналитическая теория связывает моду с подсознательными процессами. Основной причиной ее возникновения, по мнению авторов, является комплекс неполноценности: модные изменения позволяют компенсировать отсутствие престижа и создают иллюзию перемен в жизни человека. Помимо этого, мода выражает сексуальные потребности человека, служит важным элементом как социального, так и сексуального соревнования.

Социальная теория рассматривает моду как отражение статуса той или иной социальной группы, который влияет на поведение человека в сфере потребления, формируя образы вещей — символа престижа. Изменения моды связаны с "износом" этих символов: один модный образец уступает место другому, поскольку утрачивает значение престижа. Мода является и формой социальной регуляции поведения человека, приобщая его к определенной системе норм и ценностей.

Потребители, для которых важны имидж и статус, приобретают товары дорогие, престижные в специальных магазинах, хотя дорогие товары могут быть и в других магазинах. Однако такие потребители обычно посещают специализированные магазины, так как для них важен не столько сам товар, сколько сам процесс приобретения. В таких магазинах специфический подход к клиентам, высокий сервис обслуживания и, следовательно, удовлетворение потребности в самоутверждении

Потребности человека, как способ манипуляции, навязывания ненужных товаров, обогащения компаний

- ▶ В сверхсложном современном мире осознание собственных потребностей превратилось в такую же (а возможно, и более) сложную исследовательскую задачу, как и поиск технических путей удовлетворения уже известных потребностей. Разница состоит лишь в том, что технические задачи решают специально подготовленные высококвалифицированные профессионалы, а идентифицировать собственные потребности пытается обыкновенный, не подготовленный человек. Причем делает он это на ходу, постоянно отвлекаясь и переключаясь на другие проблемы, а чаще всего и не очень-то утруждая себя поиском решения
- ▶ Не справляясь с трудностями, которые по силам только крепкому профессионалу, рядовой потребитель привыкает мыслить шаблонно. Иными словами, клиент требует от новых товаров и услуг тех же качеств, что имели старые, но в "улучшенной" версии
- ▶ Вот эти-то "личные пожелания" и выясняет производитель в ходе добросовестно проведенного маркетингового опроса клиентов. И ставит именно такие задачи перед своими конструкторами. **В результате, как показывают исследования, 90% выводимых на рынок так называемых "новых" продуктов отличаются от старых только мелкими улучшениями.** Соответственно, недостаточно внимания уделяется выпуску подлинных новинок, которые могли бы радикально улучшить конкурентные позиции компаний

Задание:

Внимательно изучите предметы, одежду, приборы, которые находятся в вашей квартире и попробуйте проанализировать, без чего из этих вещей вы могли бы спокойно прожить дальше, если бы эти вещи кто-то когда-то не придумал, не продал вам в магазине. Без каких услуг вы смогли бы решить свои проблемы своими силами?

Сделайте соответствующие выводы