

Мигунова Юлия Владимировна**Migunova Yuliya Vladimirovna**

кандидат социологических наук, научный сотрудник Института социально-экономических исследований – обособленного структурного подразделения Уфимского федерального исследовательского центра Российской академии наук

PhD in Social Science,
Research Fellow,
Institute of Social and Economic Researches –
Subdivision of the Ufa Federal Research Center of
the Russian Academy of Sciences

СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ В АСПЕКТАХ ФИЛОСОФСКОГО И СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ПОЗНАНИЯ [1]

THE CONCEPT OF SOCIAL NEEDS IN THE ASPECTS OF PHILOSOPHICAL AND SOCIOLOGICAL KNOWLEDGE [1]

Аннотация:

В статье исследуется проблематика содержания понятия «социальные потребности». Актуальность заявленной темы связана с тем, что социальные потребности являются важным фактором, определяющим вектор социально-экономических трансформаций социума. Определено, что изучение способов функционирования и формирования социальных потребностей представляет собой важную веху на пути к эффективному управлению социокультурными процессами. Содержание категории социальных потребностей раскрывается сквозь призму философской и социологической точек зрения. По мнению философов, социальные потребности трактуются как культурный капитал индивида, воплощенный в его социальной деятельности. Субъект представляет собой личность, обладающую некой системой культурных предпочтений, свободно осуществляющую целевую социальную деятельность для удовлетворения собственных потребностей. В социологии социальные потребности рассматриваются в контексте проблематики отношений и связей, складывающихся у индивидов в обществе. Социальные потребности характеризуются такими видами, как коммуникация, творчество, признание.

Ключевые слова:

социальные потребности, социальная деятельность, социокультурный контекст, актор, интересы, ценностные ориентации, поведенческие практики, культура.

Summary:

The paper deals with the concept of social needs and the problems in this regard. The relevance of this topic is related to the fact that social needs are a crucial factor that determines the direction for social and economic transformations of the society. The research on modalities of social needs is an important milestone in the effective management of sociocultural processes. The concept of social needs is determined from the philosophical and sociological perspective. According to philosophers, social needs are treated as the cultural capital of an individual manifested in his social activities. The subject is a person who has a certain system of cultural preferences and is free to do the targeted social activities to meet his own needs. In sociology, social needs are addressed in the context of relationships among individuals in society. Social needs are characterized by communication, creativity, recognition.

Keywords:

social needs, social activities, sociocultural context, actor, interests, values, behavioral practices, culture.

Актуальность темы исследования социальных потребностей связана с глубокими социально-экономическими трансформациями, затрагивающими современное общество. Данные тенденции проявили себя в русле проблематики устойчивого развития территории, важным условием которого выступает масштабное воспроизводство человеческого капитала [2]. Социально-экономическое развитие, характеризуемое как устойчивое, детерминировано возможностью обеспечения позитивной динамики качества и уровня жизни населения, использования в этих целях новых факторов, в частности сбалансированного воспроизводства природно-ресурсного, экономического и социального потенциалов, сосредоточенных на определенной территории. В этом плане потребности определяют направление социально-экономических трансформаций общества. Следовательно, изучение способов формирования и функционирования потребностей представляет собой ключевой фактор эффективного управления социокультурными процессами, а соответственно, и последовательной социальной политики.

Для наиболее развернутого определения категории «социальная потребность» необходимо проанализировать ее содержание в философских и социологических аспектах. В философской литературе потребности предстают как неотъемлемая часть саморазвития индивида. Между тем в этой методологии нет единого понимания сути потребностей. Одни исследователи в своих рассуждениях опираются на объективную обусловленность природы потребностей, ха-

рактируя ее как проявление объективной необходимости. Другие, соотнося потребности с особенностями психологии человека, считают их свойством отражения человеческой деятельности неким субъективным образом.

Социальные потребности обуславливают взаимосвязь социальных объектов с внешней средой, представляют собой побудительную силу, необходимую для жизнедеятельности общества, его функционирования как социокультурной системы. Поэтому, с точки зрения философов, источник социальных потребностей заключается в развитии производства и культуры, формирующих общество [3].

В свою очередь, оценка социальных потребностей должна производиться на основе анализа совокупных нужд общества, сформированных в русле определенной системы ценностей и норм. Таким образом, происходит процесс трансформации потенциальных свойств общества в его культурный капитал. В этом состоит важная роль социальных потребностей, представляющих собой сложный комплекс совокупных нужд личности и ее потребительских предпочтений. В целях исследования и оценки данной группы потребностей необходимо учитывать изменчивость социальных нужд человека, а значит, и социального потребления целом.

Косвенными показателями социальных потребностей выступают не только ценности акторов, но и их интересы, интерпретируемые как заинтересованность в удовлетворении той или иной потребности. В действительности потребление и потребности многогранны и сложны. С одной стороны, потребительские приоритеты людей демонстрируют определенные стили потребления, с другой – в их проявлении обнаруживаются и некоторые отличия. Поэтому в разных странах наблюдаются различные взаимосвязи потребления и потребностей населения. Эта разница обусловлена процессом трансформации потребностей в сложную систему потребления, складывающуюся в определенные отношения по поводу данных потребностей. В этом смысле понимание социальных потребностей и интересов базируется на философии П. Бурдьё, считавшего, что потребительная деятельность предшествует процессу реализации совокупности вкусов общества. Вкусы в свою очередь основываются на габитусе, являющемся совокупностью объективных социальных отношений и субъективным источником действий людей, механизмом, порождающим различные социальные практики. Поэтому исследование потребностей различных социальных групп может происходить в рамках анализа социальных традиций, знаний, культуры и иных предпочтений.

Таким образом, социальные потребности оказывают детерминирующее воздействие на поведение человека и социальных групп в целом. В связи с этим совместная деятельность людей, их коммуникации имеют большое значение для удовлетворения потребностей. Так, социальные потребности трансформируются в интересы, мотивирующие людей к определенному поведению.

В. Дильтей считал, что потребности отражают сложившиеся в обществе потребительские социокультурные практики. Причем многообразие социальных потребностей социума обусловлено его социокультурным контекстом. Таким образом, совершая социальные действия, индивиды стремятся к удовлетворению личных, групповых, организационных, общественных потребностей, к достижению социальных интересов. Поэтому социальные потребности необходимо трактовать сквозь призму социокультурных целей личности: если речь идет о трудовом коллективе, то с точки зрения исследования процесса достижения социальных интересов работника, а также отдельных трудовых групп, социальной организации в целом. Значит, нужда как таковая не может выступать определяющим показателем социальных потребностей. Без анализа ценностных ориентаций, интересов, мотивации характеристика социальных потребностей была бы неполной.

Итак, социальные потребности представляют собой культурное богатство личности, воплощенное в комплексе знаний, умений, навыков, способностей, деятельной реализации самого актора социального взаимодействия. Человек предстает как личность, обладающая определенной системой социальных норм, ценностей, представлений и принципов, осуществляющая целевую социальную деятельность для удовлетворения своих потребностей, подчиняясь социальным правилам. Следовательно, ключевым понятием оптимального социального взаимодействия являются акторы с набором социокультурных потребностей, удовлетворяемых в процессе данного взаимодействия. Человек в современном мире не просто винтик, механически действующий в соответствии с законами общества, прежде всего он – субъект, свободно осуществляющий социальную деятельность, реализующий собственные интересы [4].

В социологии социальные потребности характеризуются как группа потребностей, сформировавшихся за длительный период развития человеческой цивилизации в процессе общественных связей, отношений, социального взаимодействия индивидов, проявляющихся в общении, самовыражении, творчестве, социальном признании, общественной деятельности, обеспечении социальных прав.

Так, например, потребность человека быть включенным в семью, трудовой коллектив либо в общество в целом трактуется социологами как объективная необходимость, связанная с воспроизводством данной общности. Здесь обнаруживаются параллели с философской точкой зрения, где источник социальных потребностей воспринимается как нечто объективно заданное.

В этом случае социальные потребности проявляют себя как массовые и неизменные в определенных условиях жизнедеятельности данной социальной группы.

Потребность определяется как необходимость в определенных условиях бытия, средствах и видах деятельности, обязательных для существования и дальнейшего развития человека или социальной группы [5]. Потребности характеризуются как объективное социальное явление, тесно связанное с процессами социализации; некое противоречие, возникающее между социальным субъектом (социальной группой) и объективной реальностью, настоящими условиями жизнедеятельности субъекта. Это противоречие разрешается в процессе осознанной деятельности социального субъекта, который становится актором субъективно-объективного взаимодействия [6].

Социальные потребности можно разделить на личностные, свойственные каждому человеку в отдельности (познание и саморазвитие, общение, стремление иметь семью и др.), и всеобщие, присущие обществу в целом как единому организму (воспитание, обучение и социализация детей; обеспечение безопасности и контроль над поведением всех членов общества и др.). Таким образом, социальная основа потребностей складывается из ценностных установок конкретного индивида и результатов общественного воспроизводства в целом.

В связи с этим, по мнению социологов, источник социальных потребностей заключается в процессе деятельности личности как субъекта общества. Иными словами, деятельность человека проявляется в двух ипостасях: с одной стороны, это преобразовательная активность, необходимая для производства средств удовлетворения потребностей, с другой – социокультурный опыт личности, воплощенный на практике. В этом случае деятельность человека носит характер универсальной общественной производственно-потребительной деятельности [7].

Специфика социальных потребностей заключается в том, что они носят характер определенных закономерностей по отношению к другим индивидам, таким образом объединяя людей в социальные группы. В то же время нельзя отождествлять социальные потребности группы с социальными потребностями личности, входящей в данную группу, поскольку общая потребность социальной группы не только складывается из потребностей каждого индивида, но и является источником новых социальных потребностей личности, всегда в чем-то отличных от групповых. Тем не менее социальная группа вынуждает индивида подчиняться ее требованиям, в этом состоит сложная диалектика потребностей и интересов индивида и группы, членом которой он является.

Итак, настоящее исследование проблематики социальных потребностей позволяет сформулировать следующие выводы.

1. С философской точки зрения социальные потребности трактуются как культурный капитал личности, воплощенный в ее социальной деятельности. Следовательно, субъект представляет собой личность, обладающую определенной системой ценностей и норм, культурных предпочтений, свободно осуществляющую целевую социальную деятельность для удовлетворения потребностей.

2. В социологии социальные потребности трактуются сквозь призму общественных связей и отношений, возникающих между индивидами. В данном случае социальные потребности воплощаются в таких формах социального бытия, как коммуникация, творчество, общественное признание и т. д. Основу социальных потребностей составляет взаимосвязь производства и потребления, придающая человеческой деятельности универсальный, социальный, производственно-потребительный характер.

Ссылки и примечания:

1. Исследование выполнено в рамках государственного задания ИСЭИ УФИЦ РАН по теме: «Социализация экономической системы, формирующая новые траектории социального развития» (№ гос. регистрации АААА-А17-117021310208-8).
2. Гаврикова А.В. Факторы формирования качества человеческого капитала в условиях информационного общества // Экономика и управление. 2017. № 4 (138). С. 87–90.
3. Петрова С.И. Понимание «потребность» в социологии и других науках // Наука без границ. 2017. № 6 (11). С. 165–169.
4. Ершов Д.О. Формы проявления социальных потребностей и способы их оценки // Вестник Поволжского института управления. 2014. № 4 (43). С. 93–99.
5. Рабочая книга социолога / отв. ред. Г.В. Осипов. М., 2008. 612 с.
6. Марченко Т.А. Потребность как социальное явление. М., 1990. 340 с.
7. Шагиева Л.А. Сущность и структура социального потенциала общества // Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20, № 4. С. 1391–1394 ; Preteceille E., Terrail J.-P. Capitalism, Consumption and Needs. N. Y., 1985. 220 p.

References:

- Ershov, DO 2014, 'Forms of social needs and ways to assess them', *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya*, no. 4 (43), pp. 93-99, (in Russian).
- Gavrikova, AV 2017, 'Development factors of the quality of human capital in the information society', *Ekonomika i upravleniye*, no. 4 (138), pp. 87-90, (in Russian).

- Marchenko, TA 1990, *Need as a social phenomenon*, Moscow, 340 p., (in Russian).
- Osipov, GV (ed.) 2008, *Workbook of the sociologist*, Moscow, 612 p., (in Russian).
- Petrova, SI 2017, 'Understanding the "need" in sociology and other sciences', *Nauka bez granits*, no. 6 (11), pp. 165-169, (in Russian).
- Preteceille, E & Terrail, J-P 1985, *Capitalism, Consumption and Needs*, New York, 220 p.
- Shagieva, LA 2015, 'The essence and structure of social capacity of society', *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, vol. 20, No. 4, pp. 1391-1394, (in Russian).