

ФЛИНТА



Н. А. Коноплёва

# СЕРВИСОЛОГИЯ

## ЧЕЛОВЕК И ЕГО ПОТРЕБНОСТИ

учебное пособие

МПСУ





**Н.А. Коноплёва**

# **СЕРВИСОЛОГИЯ**

## **Человек и его потребности**

Учебное пособие

*3-е издание, стереотипное*

*Рекомендовано редакционно-издательским советом  
Российской академии образования  
к использованию в качестве учебного пособия*

Москва  
Издательство «ФЛИНТА»  
Издательство МПСУ  
2018

УДК 159.922(075.8)  
ББК 88.4я73  
К64

Главный редактор *Д.И. Фельдштейн*  
Заместитель главного редактора *С.К. Бондырева*

Члены редакционной коллегии:  
*О.С. Анисимов, А.Г. Асмолов, С.В. Дармодехин, А.А. Деркач,*  
*А.И. Донцов, И.В. Дубровина, Ю.П. Зинченко, Е.А. Климов,*  
*А.А. Кузнецов, Н.Н. Малофеев, В.М. Розин, М.В. Рыжаков, Э.В. Сайко*

Рецензенты:  
д-р филос. наук, проф., зав. каф. социологии  
и социальной психологии ДВГТРУ *Е.В. Кулебякин*  
канд. ист. наук, науч. сотр. отдела этнографии,  
этнологии и антропологии Института истории ДВО РАН *Г.Г. Ермак*

**Коноплёва Н.А.**

К64 Сервисология (человек и его потребности) : учеб. пособие /  
Н.А. Коноплёва. — 3-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА : МПСУ, 2018. —  
248 с.

ISBN 978-5-9765-3803-0 (ФЛИНТА)  
ISBN 978-5-9770-0957-7 (МПСУ)

Цель пособия — научить взаимодействию с потребителем и стать успешным специалистом в сфере сервисного обслуживания. В пособии раскрываются основные подходы к человеку с учетом его потребностей. Прослежены внешние и внутренние факторы, мотивирующие поведение потребителя в процессе продаж. Рассмотрены сервис как система индивидуального обслуживания, особенности функционирования сферы услуг, типология потребителя и способы взаимодействия с ним.

Для студентов, аспирантов и преподавателей вузов.

УДК 159.922(075.8)  
ББК 88.4я73

ISBN 978-5-9765-3803-0 (ФЛИНТА)  
ISBN 978-5-9770-0957-7 (МПСУ)

© Издательство «ФЛИНТА», 2008

## **О г л а в л е н и е**

---

<b>Введение</b> .....	<b>5</b>
-----------------------	----------

### **Раздел I ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ**

<i>Тема 1.</i> Человек как смысловая модель мира. Представление о человеческих потребностях в исторической ретроспективе .....	12
<i>Тема 2.</i> Системный подход к проблеме сущности человека. Единство и взаимосвязь биологического и социального в человеке .....	42
<i>Тема 3.</i> Человек в различных аспектах ,существования. Индивид, личность, индивидуальность .....	60
<i>Тема 4.</i> Психологические теории личности о человеке и его потребностях. Основные положения, касающиеся природы человека .....	72
<i>Тема 5.</i> Направленность личности, мотивация и мотивы .....	110
<i>Тема 6.</i> Понятие потребностей, и их классификация .....	142

### **Раздел II СЕРВИС КАК СФЕРА УСЛУГ**

<i>Тема 7.</i> Особенности функционирования сферы услуг .....	166
---------------------------------------------------------------	-----



<i>Тема 8.</i> Основные характеристики сервиса, как сферы услуг .....	176
<i>Тема 9.</i> Модели поведения потребителя .....	199
<b>Заключение</b> .....	241
<b>Библиография</b> .....	242

---



## **Введение**

---

Курс «Сервисология (человек и его потребности)» является базисным для изучения цикла дисциплин, связанных с сервисной тематикой.

Одной из основных характеристик современной социальной среды стал рынок. В современной российской культуре специалисты столкнулись с ситуацией, когда для достижения успеха в той или иной деятельности недостаточно обладать знаниями и умениями для выполнения каких-то поставленных задач, необходима способность вступать в «состыжание» со многими другими специалистами. В современной культуре мы становимся свидетелями тому, как рыночные отношения не только проникают в экономику, но и влияют на формирование современного человека.

В таких условиях каждый стремится полнее использовать свои силы, что предполагает глубокое постижение окружающей социальной реальности, а также изменение ее посредством активной собственной деятельности.

Главным действующим лицом все в большей степени становится конкретный потребитель, отличающийся своеобразием темперамента, характера, особенностями мотивационной и потребностной сфер. Именно он и его ближайшее окружение решают, какие товары (услуги) приобрести, где и как учиться, лечиться, отдыхать и т.п. Производители должны отыскивать потребителей, выяснять их конкретные потребности и затем создавать товары и услуги для более полного удовлетворения этих потребностей. Причем этот процесс распространяется не только на вещественные товары и услуги, но и на организации, виды деятельности, идеи, персоны (Ф. Котлер). Именно потребитель решает,



какую именно передачу посмотреть по телевидению или послушать по радио (информационную, образовательную, развлекательную), где и как отдохнуть, какие идеи поддержать и др.

Работа с потребителем — анализ, прогноз, по сути, управление его поведением — повседневная составляющая профессиональной деятельности каждого специалиста, занятого в сфере продаж различных товаров и услуг. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции в России работа с потребителями становится все более актуальной. Значимость потребителя и успех работы с ним становятся все более важными для каждого предпринимателя, поскольку он удовлетворяет желания и потребности покупателя. «Потребитель, а не компания находится в центре. Компании вращаются вокруг клиента, а не наоборот» (Р. Кейт).

Центральная фигура потребителя на современном рынке потребовала детального и глубокого изучения особенностей его поведения в диалоге «товар — покупатель».

В связи с ростом значения «фигуры» потребителя существенно возрастает роль окружающего социума, его качество, привлекательность, комфортность и т.д. Необходимо создавать специальные социальные структуры, формы, методы, правила и т.п., способствующие успешному «обслуживанию» индивида — потребителя.

Менеджеры и профессионалы в сфере услуг в современной российской культуре столкнулись с необходимостью повышения качества сервиса и удовлетворения потребностей клиентов на высоком уровне. Вместе с тем своеобразие услуг: их неосвязаемость, несохраняемость, неотделимость от источника, непостоянство качества — создают значительные проблемы для менеджеров в сервисной деятельности. Маркетинговая система в данной сфере должна опираться не только на исследование рынка, рекламу, продвижение услуги, но прежде всего на понимание человека, его потребностей и психологические закономерности их мотивации и удовлетворения. При этом следует все более стремиться к индивидуализации обслуживания, учитывая не только внешние факторы, мотивирующие поведение потре-



бителя, такие как культура, социум, экономика, но и внутреннее — жизненный стиль, личностное и психологическое своеобразие клиента, его запросы и потребности. Наука, изучающая эти явления, получила название *сервисология*.

Наряду с сервисологией в современном российском обществе «рождены» рынком и такие дисциплины, как менеджмент, маркетинг, имиджелогия, конфликтология, паблик рилейшнз и др.

Вместе с тем усиливается исследовательский интерес и к таким традиционным дисциплинам, изучающим человека и общество, как социология, история, психология, социальная антропология и др. На базе углубляющегося и расширяющегося знания в области перечисленных дисциплин происходит, с одной стороны, специализация наук о человеке и обществе, а с другой — их интеграция. Одной из форм такой специализации и интеграции может быть сервисология, которую вполне можно представить как междисциплинарную, включающую в себя знания всех вышеперечисленных дисциплин. Междисциплинарность сервисологии предполагает также использование знаний в области техники, технологии и организации всех форм обслуживания как такового. Именно поэтому в структуру данного учебного курса включены вопросы не только из социально-психологической области, но и из области организации сферы обслуживания, влияния различных факторов на формы и виды обслуживания населения и поведение потребителя. Акцент при этом сделан на индивидуализации в обслуживании, что и является основным отличием сервиса от обслуживания.

Итак, **сервисология** — это наука о природе, принципах и методах индивидуального обслуживания населения, учитывающих индивидуальность человека как целостной личности, его потребности, интересы и ценностные ориентации.

**Предметом изучения** сервисологии являются организация, формы и методы индивидуального обслуживания человека. Можно сказать, что речь идет о социальном менеджменте качества в сервисных сферах деятельности.

**Объектом изучения** данной дисциплины служит человек с определенными потребностями, интересами, ценностными



ориентациями, запросами, психологическим своеобразием и жизненным стилем.

Дисциплина дает студентам понимание человека как индивида, как личности — носителя определенных ролей и субъекта общественно-исторической деятельности как индивидуальности. Комплексный подход исследования человека как целостности дает представления о нем как социально-природном существе.

В учебном курсе изучаются система потребностей, их формирование, динамика и основные классификации. Значительное место в курсе отводится взгляду на человеческие потребности, мотивацию деятельности в аспекте современных психологических и психоаналитических знаний. Прослежены место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей; методологические подходы к человеку в сфере сервиса в зависимости от психологического своеобразия потребителя и личностных проявлений профессионала в сервисной деятельности. Изучаются условия обеспечения оптимальной инфраструктуры обслуживания с учетом природной и социальной сущности человека.

Курс направлен на формирование у студентов знаний о человеке, его сущности и потребностях, методах удовлетворения потребностей индивида и общества, способах подходов к потребителю в сфере услуг, изучение места и роли сервиса в удовлетворении человеческих потребностей, на освоение методологических подходов к человеку в сфере сервиса.

Проблема человеческих потребностей раскрывается с философских, психологических, социологических, экономических и других позиций, что придает курсу интеграционный характер и позволяет студентам синтезировать полученные ранее знания в гуманитарной области.

Изучение дисциплины предусматривает решение ряда образовательных задач.

- Изучить человека как индивида, как личность — носителя определенных ролей и субъекта общественно-исторической деятельности.
- Проследить становление знаний о человеке и его потребностях в исторической ретроспективе.



- Исследовать систему потребностей человека, их динамику, формирование.
- Изучить структуру и классификации потребностей человека.
- Рассмотреть место и роль сервиса в удовлетворении человеческих потребностей.
- Освоить методологические подходы к человеку в сфере сервиса в зависимости от психологического своеобразия потребителя и личностных проявлений профессионала в сервисной деятельности.
- Освоить психодиагностические методики, направленные на выявление выраженности различных потребностей личности.
- Освоить методику диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере.
- Освоить психодиагностическую методику «ценностные ориентации» М. Рокича.
- Освоить методику «диагностика мотивационной структуры личности».

Проблемная область материала, излагаемого в курсе, возникает на пересечении ряда направлений научной мысли и учебных дисциплин: философия, философская антропология, теология, социальная психология, психология (воли, мотивации и мотивов, личности), социальный менеджмент, этикет и др.

В результате изучения курса студенты должны:

- Изучить предмет и объект сервисологии.
- Приобрести понимание необходимости системного подхода к проблеме сущности человека.
- Овладеть знаниями по пониманию человека и его потребностей в исторической ретроспективе.
- Приобрести понимание потребностей человека в аспекте современных психологических теорий личности.



- Изучить структуру и классификации потребностей.
  - Приобрести знания по мотивации потребителя, психологическим разновидностям потребителей, особенностям обслуживания потребителя с учетом их темперамента, характера, типологии.
  - Научиться соотносить свои личностные характеристики с психологическим своеобразием потребителя.
  - Овладеть знаниями по влиянию социокультурных, экономических, психологических факторов на модель поведения потребителя в процессе принятия решения.
  - Изучить типологию потребителей и подходы к ним в процессе сервисной деятельности.
  - Изучить сервис как сферу услуг. Сущность и классификацию услуг.
  - Освоить методики исследования социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере.
  - Изучить методику выявления ценностных ориентаций личности.
-



## *Раздел I*

---

# **ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ**



## Тема 1

---

# ЧЕЛОВЕК КАК СМЫСЛОВАЯ МОДЕЛЬ МИРА. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЯХ В ИСТОРИЧЕСКОЙ РЕТРОСПЕКТИВЕ

Для человека нет более интересного объекта познания, чем он сам. Но это познание достаточно сложный процесс, так как любой человек является сложной системой, в которой физическое и психическое, генетически обусловленное (филогенетическое) и прижизненно сформированное (онтогенетическое), природное, социальное и духовное образуют нерасторжимое единство.

Человек выступает как:

- **организм**, наделенный телом (сома) и психикой (психэ);
- **индивид** (что означает принадлежность к человеческому роду — *Homo sapiens*);
- **индивидуальность** (характеризующая отличие одного индивида от другого);
- **субъект деятельности** (т.е. производитель изменений в окружающем мире, других людях, самом себе);
- **носитель ролей** (половых, профессиональных, семейных и др.);
- **«Я»-образ** (включает в себя систему представлений, самооценку, интересы, ценности, уровень притязаний и др.);
- **личность** (как системное социальное качество индивида, его персонифицированный образ, как отраженная в других людях субъектность).



Проблемой изучения человека занимаются многие науки: биология, педагогика, этнография, медицина, космология, теология, психология, социальная психология, антропология, философия и др.

В философии эта проблема одна из важнейших. Причем следует отметить отличие всех вышеперечисленных наук от философии, их подходы к изучению человека направлены на его «препарирование» и рассмотрение лишь каких-то отдельных аспектов. Философия же всегда стремилась к постижению человека, его сущности в целостности, ибо простая сумма знаний частных наук не дает искомого образа, поэтому философия нацелена выработать собственную методологию познания человека.

Вместе с тем следует понимать, что сущность человека — это не есть некая постоянная величина. В каждую историческую эпоху перед человечеством встает задача создать себе новую сущность, ведь «быть человеком — это значит стать им, это бесконечный процесс самосоздания» (Ландман). Проблема человека становится особенно актуальной в переломные периоды развития общества, когда наиболее остро встает вопрос о смысле и цели существования каждого человека.

Первые представления о человеке возникают задолго до появления философии. На начальных этапах истории человеку были присущи мифологические и религиозные формы самосознания. Понимание человеческой природы, предназначения человека, смысл его бытия раскрывались в преданиях, сказаниях, мифах.

**Древнеиндийская философия** человека представлена в Ведах, они сочетают в себе мифологическое, религиозное, философское мировоззрение. В **Упанишадах**, текстах, дополняющих Веда, интерес к человеку возрастает, в них раскрываются проблемы его нравственности и способы освобождения от страстей и мира объектов. Согласно этим текстам человек становится нравственнее при таком освобождении, а освобождение осуществляется при растворении индивидуальной души (**Атман**) в мировой душе (**Брахман**). Важной частью Упанишад является концепция круговорота жизни (**Сансара**), с которой

тесно связан закон воздаяния (**Карма**). Человеческая жизнь при этом понимается как форма бесконечной цепи перерождений. Закон Кармы предполагает включение индивида в постоянный круговорот перерождений и предопределяет будущее рождение человека, которое рассматривается как результат всех деяний всех предшествующих жизней. Человек в философии Древней Индии мыслится как часть мировой души. Учение Упанишад оказало влияние на учения джайнизма, буддизма, индуизма, йоги.

**Философия Древнего Китая** создала свое учение о человеке. Одним из наиболее значительных ее представителей является Конфуций (Кун-цзы, ок. 551—479 до н.э.). Исходна для него концепция «неба», согласно которой небо означает не только часть природы, но и высшую духовную силу, определяющую развитие мира и человека. Но в центре его философии стоит не небо, не природа, а человек с его земным существованием, т.е. философия Конфуция носит **антропоцентристский** характер. Обеспокоенный разложением современного ему общества Конфуций обращает внимание прежде всего на нравственность человека. Наделенный небом определенными этическими качествами человек обязан поступать в согласии с моральным законом Дао и совершенствовать эти качества в процессе обучения. Цель обучения — достижение уровня «идеального человека», «благородного мужа» (Цзюнь-цзы). Чтобы приблизиться к Цзюнь-цзы, каждый человек должен следовать целому ряду этических принципов.

Центральное место среди них **занимает принцип Жень**, включающий человечность, гуманность, любовь к людям и выражающий закон идеальных отношений между людьми в семье и государстве в соответствии с правилом «Не делай людям того, чего не пожелаешь себе». Это правило в дальнейшем будет встречаться в Библии, у Канта, у Вл. Соловьева и др.

**Принцип Сяо**, включающий в себя сыновью почтительность и уважение к родителям и старшим, служит основой других человеческих добродетелей и самым эффективным методом управления страной, рассматриваемой как «большая семья».



**Принцип Ли** — этикет.

**Принцип И** — справедливость.

Наряду с учением Конфуция и его последователей в древнекитайской философии следует отметить такое направление, как даосизм. Основателем его считается Лао-цзы. Исходной идеей даосизма является учение о Дао (путь, дорога) — невидимом, вездесущем, естественном и спонтанном законе природы, общества, поведения и мышления отдельного человека. Человек должен следовать принципам Дао, т.е. его поведение должно согласовываться с природой человека и Вселенной. Для древневосточной философии человека весьма важна ориентация личности на крайне почтительное и гуманное отношение как к социальному, так и природному миру. Вместе с тем эта философская традиция ориентирована на совершенствование внутреннего мира человека. Поэтому улучшение общественной жизни, порядков, нравов, управления и т.д. связывается прежде всего с изменением индивида, приспособлением его к обществу, а не с изменением внешнего мира и обстоятельств. Причем характерной чертой философского антропологизма является трансцендентализм, т.е. человек, его мир и судьба связываются с трансцендентным (запредельным) миром.

**Античная Греция** положила начало западноевропейской философской традиции вообще и философской антропологии в частности. В древнегреческой философии первоначально человек не существовал сам по себе, а лишь в системе определенных отношений, воспринимаемых как абсолютный порядок и космос. Со всей природной и социальной средой, неодушевленными и одушевленными предметами, животными и богами он живет в едином, нераздельном мире. Понятие космоса имеет здесь человеческий смысл, человек мыслится как его часть, как микрокосм, являющийся отражением макрокосмоса, понимаемого как живой организм. Поворот к собственно антропологической проблематике связан с деятельностью софистов и создателем философской этики — Сократом (около 470—399 до н.э.). Исходный принцип софистов, сформулированный их лидером Протагором (около 490—420 до н.э.), следующий: «Мера всех

вещей человека, существующих, что они существуют, несуществующих, что они не существуют» (*Платон. Сочинения: В 3 т. М., 1970. Т. 2. С. 238*).

В древнегреческой философии была впервые поставлена проблема разумности человеческих потребностей. Философы полагали, что только разум способен обуздать неутолимые человеческие желания. Формула «человек есть мера всех вещей» (Протагор) есть не что иное, как стремление выработать, обозначить связанный с человеком критерий определения сущности природных и социальных потребностей. Эта формула говорит о том, что человек содержит в самом себе измерение всего окружающего его мира, следовательно, все с ним, с человеком, соизмеримо. Но подобный критерий уязвим, что отметил еще Аристотель. В ответ на изречение Протагора он сказал, что, скорее, вещи являются мерой для человека. Действительно, чтобы познать сущность вещей, необходимо подойти к ним с их мерой (качественно-количественной характеристикой). Однако рациональный момент в формуле Протагора имеется, если рассматривать человека как исторически и социально конкретное существо. Тогда это будет означать соответствие (соразмерность) мотивов, целей, действий, поступков человека его назначению быть действительно человеческим, гуманным во всех случаях и во всех проявлениях своей жизнедеятельности, которая исторична в своем социальном содержании.

Концепция софистов субъективна в понимании таких феноменов, как благо, добродетель, справедливость. Кроме того, они вводят человека в бытие как главное действующее лицо и впервые процесс познания наполняют экзистенциальным смыслом и обосновывают экзистенциальный характер истины.

Для Сократа основной интерес представляет внутренний мир человека, его душа и добродетели. Он впервые обосновывает принцип этического рационализма, утверждая, что «добродетель есть знание». Поэтому человек, познавший, что такое добро и справедливость, не будет поступать дурно и несправедливо. Задача человека — стремиться к нравственному совершенству на основе познания истины. Прежде всего, она сводит-



ся к познанию самого себя, своей нравственной сущности и путей ее реализации. Сократ высказал весьма продуктивные для своего времени мысли о сущности человеческих потребностей. В рассуждениях о смысле жизни, о нормах поведения людей он большое значение придавал таким высшим побудительным мотивам, как добро, мудрость, справедливость.

Великий этик древних Афин считал, что людские желания и стремления преимущественно реализуются в сфере нравственности. Человек только тогда достоин своего назначения, когда сможет согласовать свои побуждения с нуждами всего общества. Очевидно, что мысль о единстве личных и общественных потребностей относится к числу прогрессивных, она звала людей к согласию и взаимопониманию. Больше того, Сократ учил людей управлять своими вожделениями во имя процветания общечеловеческих стремлений. В памяти человечества Сократ выступает не только как мудрый моралист, но и как великая личность, которая на практике в собственной жизни воплотила высокие идеалы.

Он сумел сам избавиться от того, что для многих еще составляет смысл существования: деньги, положение, карьера. Он меньше всего заботился о том, чтобы производить впечатление, был абсолютно чужд тщеславию.

Представитель материалистического монизма в учении о человеке — Демокрит (470 или 460 до н.э., умер в глубокой старости) — отмечал, что человек — часть природы и как вся природа он состоит из атомов. Из них состоит и душа человека, но, в отличие от тела, из более подвижных атомов — атомов огня. Цель жизни, по Демокриту, — счастье, но оно не сводится к телесным наслаждениям и эгоизму. Счастье — это прежде всего радостное и хорошее расположение духа, эвтюмия. Важнейшее условие эвтюмии — мера, соблюсти которую помогает человеку разум. Душа при этом пребывает в равновесии, не смущаясь страхами, суеверием, страстью. «Желать чрезмерно подобает ребенку, а не мужу, мужественный человек сильнее своих страстей», — считал Демокрит. Большое значение в жизни людей он придавал потребностям человека как источнику деятельности. Он понимал потребность

как нужду, оказывавшую воздействие на многочисленные поступки субъекта. «Действительно, сама нужда служила людям учительницей во всем, наставляя их соответствующим образом в познании каждой вещи» (Демокрит, цит. по: *Лурье С.Я.* Демокрит. Тексты. Перевод. Исследования. Л., 1970. С. 739).

В отличие от Демокрита Платон (428—348/347 до н.э.), ученик Сократа, стоял на позиции антропологического дуализма души и тела. Но именно душа, по его мнению, является субстанцией, которая делает человека человеком, а тело рассматривается как враждебная материя. Поэтому от качества души зависят и общая характеристика человека, его предназначение и социальный статус. На первом месте в иерархии душ находится душа философа, на последнем — тирана. Это объясняется тем, что душа философа наиболее мудрая и восприимчива к знанию, а это и есть главное в характеристике сущности человека и его отличия от животного. «Человек, — писал Платон, — существо бескрылое, двуногое, с плоскими ногтями, единственное из существ, восприимчивое к знанию, основанному на рассуждениях» (*Платон.* Диалоги. М., 1986. С. 433). Человеческая душа постоянно тяготеет к трансцендентному миру идей, она вечна, тело же смертно. В единстве и противоположности души и тела заключен, по Платону, вечный трагизм человеческого существования. Телесность ставит человека в животный мир, душа возвышает его над этим миром, тело — это материя, природа; душа же устремлена в мир идей.

Общепринят в античной философии тезис, что потребности связаны с душой субъекта, с его внутренним миром. Распространению этого тезиса особенно содействовал крупнейший философ-идеалист Платон. Он писал, что Бог, сотворив человека и животных, наделил их различными потребностями. Человека Бог наделил двумя душами: бессмертной и смертной. Носительницей потребностей является смертная душа. Причем потребности человека зависят от особенностей его души, поскольку по своей природе душа есть единство трех сфер: разумности, пожелательности и гневливости, которая призвана охранять то, что разумно. Разумность служит источником духовных потребнос-



тей, а пожелательность — источником естественных потребностей человека (*Платон. Сочинения: В 3 т. Т. 3. М., 1971. С. 145*). Естественные потребности связаны с поддержанием жизни, и Платон относит их к животным, низменным. Высшими, божественными выступают духовные потребности.

Ксенофонт (около 430—355 или 354 до н.э.) — представитель экономической мысли Древней Греции — призывал к обогащению рабовладельцев за счет минимального удовлетворения запросов и нужд рабов. В его трудах прослеживается мысль об экономической природе человеческих потребностей.

В концепции Аристотеля (384—322 до н.э.) человек рассматривается как существо общественное, государственное, политическое (*Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М., 1983. С. 63, 259, 378*). И эта социальная природа отличает его от животного, от «недоразвитых в нравственном смысле существ и от «сверхчеловека». По этому поводу Аристотель пишет, что «...тот, кто не способен вступать в общение или, считая себя существом самодовлеющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством» (там же. С. 379). Еще один отличительный признак человека — его разумность, «человек и есть в первую очередь ум» (там же. С. 283). Таким образом, человек, по Аристотелю, — это общественное животное, наделенное разумом. Социальность и разумность — две основные характеристики, отличающие его от животного. Причем важно отметить в аспекте изучаемой нами дисциплины, что уже Аристотель вплотную подходит к формулировке положения о деятельностной сущности человека. Он, в частности, писал, что добродетельная жизнь человека имеет проявление в деятельности, в которой заключена и единственная возможность самореализации личности. В части соотношения общества и личности позиция Аристотеля примыкает к методологическому коллективизму, т.е. он признает приоритет социального целого над индивидом. «Первичным по природе является государство по сравнению с семьей и каждым из нас; ведь необходимо, чтобы целое предшествовало части» (там же. С. 379).

Коренные различия в потребностях между имущими и неимущими Аристотель объяснял природными причинами. Он впервые в философии предпринял попытку классификации потребностей на растительные (животные) и истинно человеческие, которые связаны с этическими добродетелями (арете). Высшее счастье человека Аристотель видел в деятельности души. Разнообразные желания, стремления целиком зависят от разума — источника деятельности людей. В толковании человеческих потребностей, их взаимосвязи с практической деятельностью Аристотель проявляет колебания между материализмом и идеализмом. С одной стороны, он говорит о естественном происхождении человеческих желаний, а с другой — абсолютное значение придает душевным стремлениям, среди которых высшая степень добродетели в отыскании истины. Потребности связаны с душой субъекта, с его внутренним миром — этот тезис был общепринятым в античной философии.

Следует отметить, что философия Древней Греции, как и древневосточная, несет на себе печать мифологии и религии, развивается на их основе. Но древнегреческая философская антропология была разнородна по своим школам, направлениям, позициям. Здесь соседствуют, пересекаются, противостоят друг другу антропологический материализм и идеализм, индивидуализм и коллективизм, здесь не только человек рассматривается как часть космоса и общества, но и последние рассматриваются как продолжение человека. Одно из основных ее отличий от восточной философии состоит также в том, что человек в большей степени открыт миру и занимает более активную позицию по отношению к обществу и его изменению.

Так, Гераклит (конец VI — начало V в. до н.э.) отмечал, что «суть потребностей определяется не только естественными внутренними процессами организма, но и зависит от воздействия на живой организм среды существования». В этом суждении предвосхищается современное научное положение о диалектике объективного и субъективного в потребностях человека.

В русле основных философских направлений античности сформировались этические учения о различных способах жиз-



ни человека. Аристипп (вторая половина V — начало IV в. до н.э.) — основоположник гедонизма (от *греч.* наслаждение) — отмечал, что наслаждение является высшим благом и критерием человеческого поведения. Для гедонистов материальное богатство и наслаждение выступали в качестве самодовлеющей ценности, несущей человеку радость и освобождение. Удовлетворение любых потребностей разумно, полагали они, если оно приносит удовольствие. Стремление к наслаждению в гедонизме рассматривается как основное движущее начало человека, заложенное в нем от природы и предопределяющее все его действия. Подобная позиция является разновидностью антропологического натурализма.

Идеи гедонизма получили развитие в трудах Эпикура и его последователей. Особенность их этического учения в том, что здесь критерий удовольствия рассматривался как отсутствие страданий и безмятежное состояние духа (атараксия).

По Эпикуру, существует три категории потребностей:

- естественные и необходимые — те, которые избавляют человека от страданий (пища, вода, тепло и др.);
- естественные, но не необходимые — те, которые разнообразят наслаждение (секс, употребление пищи в красивой обстановке, в общении);
- не естественные и не необходимые — те, которые порождаются праздными мнениями (курение, алкоголь, сексуальные перверзии).

Первые подлежат обязательному удовлетворению, вторые удовлетворяются как неразумные, что касается третьих, то их надо избегать (*Богомолов А.С. Античная философия. С. 254*). По мнению Эпикура, люди, способные довольствоваться малым или наличным, менее зависимы от превратностей жизни и смелее смотрят в будущее. Таким людям легче пережить материальные невзгоды, так как наслаждение духа они ставят выше прихотей тела.

Древнеримский мыслитель, поэт-материалист Лукреций Кар — сторонник эпикурейской школы — большое внимание

уделял потребностям людей трудиться, создавать материальные блага. Превыше всего он ставил человеческий разум, стремящийся к вершинам знаний. В объяснении исторических явлений Лукреций большое значение придавал практическим потребностям людей, которые называл «великими нуждами».

В качестве антипода теории гедонизма в древнегреческой философии получили распространение аскетические учения. И если гедонизм отражал интересы рабовладельческого класса, то аскетизм представляет одну из характерных черт ранних крестьянских движений. Идеи самоограничения в потребностях, «возврата к естественной первобытной жизни» получили развитие благодаря трудам философов-стоиков и киников.

Мыслитель Древнего Рима философ-стоик Сенека с презрением относился к деятельности, ориентированной на удовлетворение материальных потребностей. В философских трудах «О милосердии», «О благодеяниях», а также в «Письмах» Сенека проповедовал смиренную бедность и воздержание.

Данные положения стоицизма были впоследствии восприняты в качестве социально-этической доктрины ранним христианством, который поддерживал аскетизм, достижение человеком счастья посредством подавления потребностей.

Заключая разговор об античной философии, следует отметить, что проблемы потребностей и потребления рассматривались здесь в связи с общим взглядом на мир человека, в русле борьбы материализма и идеализма.

Мыслители древнего общества смогли поставить многие вопросы применительно к сфере потребления, высказать ценные суждения и гениальные догадки о сущности и происхождении потребностей. Было положено начало их делению на естественные (материальные) и духовные, обосновывалась мысль о безграничности человеческих потребностей, особенно духовных. Очень важно подчеркнуть, что потребность рассматривалась во взаимосвязи с деятельностью, с поведением человека. Античные мыслители обратили внимание на непосредственную связь желаний, стремлений человека с нравственными нормами поведения. Они понимали, что как личные, так и обществен-



ные потребности проходят момент осознания и таким образом приобретают характер двигательных импульсов человеческой жизни.

Пройдя через сознание, переработку в душе, потребности превращаются в интересы, стремления, ценности, мотивы.

Некоторые философы отмечали, что потребности человека могут приобретать форму зависти, корыстолюбия, т.е. сфера потребностей выступает в качестве основы не только благородных порывов, но и порочных страстей, что в человеческой душе происходит борьба разнородных желаний. Древние мыслители считали возможным и необходимым управлять потребностями-желаниями силой духа, проявлять волю в этой сложной сфере человеческих страстей.

В **Средние века** человек рассматривался как часть мирового порядка, установленного богом. А представление о человеке в системе христианского мировоззрения сводилось к существу, в котором изначально неразрывно и противоречиво связаны две ипостаси: дух и тело, качественно противоположные друг другу как возвышенное и низменное, как существо промежуточное между ангелами и животными (Фома Аквинский), т.е. человек в Средние века рассматривался как «образ и подобие Бога». Но согласно этой точке зрения в реальности человек **внутренне раздвоен вследствие своего грехопадения**. Поскольку каждый человек изначально обладает Божественной природой, он имеет возможность внутреннего приобщения к божественной благодати. В социальном аспекте в Средние века человек провозглашался пассивным участником божественного порядка, существом тварным и ничтожным по отношению к Богу. Главная задача для человека состоит в том, чтобы приобщиться к Богу и обрести спасение в день Страшного суда. Поэтому вся драма человеческой истории выражается в парадигме грехопадение — искупление. И каждый человек призван реализовать это сам, соизмеряя свои поступки с Богом.

Вместе с тем средневековую философию можно считать следующим этапом в развитии проблемы потребностей. Ее приверженцы понимали потребности отдельного индивида как след-

ствие, отражение потребности более высокого уровня — Божественного промысла. Средневековые теологи (Августин, Фома Аквинский) трактовали человеческую жизнь как подготовительную ступень к «действительной и вечной» жизни в потустороннем мире.

Утверждая противопоставление души и тела, средневековая философия сохранила противоположность материальных и духовных потребностей и еще больше углубила их разрыв, доводя ошибки древних мыслителей нередко до абсурда. Высшими считались духовные потребности, а главнейшим стремлением человека — «потребность любви к Богу». Естественные жизненные потребности считались низменными, поскольку земное существование человека рассматривалось как подготовка к потусторонней жизни. А для этого надо стремиться не к удовлетворению земных интересов, а к их преодолению, чтобы заслужить право на «вечное счастье».

**Философская антропология Нового времени** видела в человеке прежде всего его духовную сущность. Естествознание, освободившись от идеологического диктата христианства, преуспело в натуралистических исследованиях природы человека. Но еще большей заслугой этого времени было безоговорочное признание человеческого разума в деле познания собственной сущности. Философия эпохи Возрождения ставит человека на земную основу и на этой почве пытается решить его проблемы. В противоположность учению об изначальной греховности человека она утверждает естественное стремление его к добру, счастью, гармонии. Ей присущи гуманизм и антропоцентризм. И хотя в философии этого периода Бог не отрицается полностью, но своим знаменем философы делают не его, а человека. Вся философия этого времени проникнута пафосом гуманизма, автономии человека, верой в его безграничные возможности. Вместе с тем в философской антропологии этого периода уже достаточно отчетливо слышны мотивы приближающегося индивидуализма, эгоизма и утилитаризма, связанные с нарождающимися капиталистическими общественными отношениями и господством частного интереса. Развитие капитализма, увеличение и



удешевление производства привели к росту потребностей человека.

Родоначальник европейской материалистической философии Нового времени Ф. Бэкон (1561—1626) в своей этике уделяет большое внимание потребностям человека в связи с достижением общественного блага, реализацией человеческих добродетелей. Он утверждал, что потребность творить добро заложена глубоко в природе человека.

Влияние частного интереса на представления о человеке, мотивы его поведения и жизненные установки со всей очевидностью выражены в концепции Т. Гоббса (1588—1679). В противоположность Аристотелю он утверждал, что человек по своей природе существо не общественное. Напротив, «человек человеку — волк», а война против всех — естественное состояние общества. Глубинная основа такого состояния — всеобщая конкуренция между людьми в условиях новых экономических отношений. Он пишет: «Человеческая жизнь может быть сравнима с состязанием в беге... единственная цель и единственная награда каждого из участников — это оказаться впереди своих конкурентов» (*Гоббс Т. Избранные сочинения. М., 1926. С. 257*).

Т. Гоббс — английский буржуазный философ — считал, что человеку от природы свойственны разнообразные потребности-влечения. Главные среди них — себялюбие, забота о собственной выгоде. «Люди от природы подвержены жадности, страху, гневу и остальным животным страстям», они ищут «почета и выгод», действуют «ради пользы или славы, т.е. ради любви к себе, а не к другим» (*Гоббс Т. Избранные произведения: В 2 т. Т. 1. М., 1964. С. 292, 300, 301*).

В этическом учении Дж. Локка также имеются глубокие мысли о механизме поведения человека. В отличие от Гоббса он обращал внимание на стремление человека к добру. Правда, он указывал, что люди следуют добродетелям потому, что они полезны. Эта идея легла позже в основу этики утилитаризма.

Влияние развития науки на представления о человеке и обусловленный ею антропологический рационализм ярко обнаруживаются в философских взглядах Б. Паскаля («Человек —

мыслящий тростник»), который утверждал, что все величие и достоинство человека — в его способности мыслить. Блез Паскаль — математик, физик, религиозный писатель (1623—1662).

Однако основателем новоевропейского рационализма вообще и антропологического рационализма в частности по праву считается Р. Декарт (1569—1650). Согласно ему, мышление является единственно достоверным свидетельством человеческого существования, что вытекает уже из его основополагающего тезиса «Мыслю, следовательно существую» (*Cogito ergo sum*). Кроме того, у философа во взглядах на человека прослеживается антропологический дуализм души и тела, рассмотрение их как двух разнокачественных субстанций. Согласно Декарту, тело является своего рода машиной, тогда как сознание воздействует на него и, в свою очередь, испытывает на себе его влияние. Подобное представление о человеке можно видеть в работе Ж. Ламетри (1709—1751) «Человек-машина», в которой дано последовательное изложение точки зрения **механистического материализма** в перенесении его на человека, организм которого рассматривается как заводящаяся машина, подобная часовому механизму. Подобный взгляд на человека характерен для всех французских материалистов XVIII в. (Гольбах, Гельвеций, Дидро). Другая отличительная черта их философской антропологии — рассмотрение человека как продукта природы, абсолютно детерминированного ее законами. Стоя на принципах механистического детерминизма, они не признавали свободу воли человека. Критикуя христианскую догматику, они утверждали, что человек по своей природе изначально добр и не греховен.

Следующий этап в теоретическом истолковании потребностей связан с плодотворными идеями французских просветителей второй половины XVIII в. — Монтескье, Вольтера, Руссо и др.

Монтескье (1689—1755) считал, что потребность людей в новых благах полезна для общества, так как стимулирует рост производства и оборот капитала.

В философии Вольтера существенное место занимают рассуждения о естественных потребностях человека, важнейшие из них: потребность людей в совместных усилиях по обеспечению



своей жизнедеятельности и потребность в «естественной доброжелательности». Именно эти нужды людей обусловили возникновение первых человеческих сообществ. Будучи сторонником просвещенного направления, Вольтер полагал, что правители должны быть ответственными перед народом и что они могут обеспечить ему благосостояние, если будут учитывать его естественную потребность жить счастливой жизнью.

Глубокую разработку проблематика человеческих потребностей получила в социально-философском наследии Руссо (1712—1778). Он придавал значение способности человека к совершенствованию, которое идет как развитие ума, что обусловлено жизненными потребностями. Он считал, что конечная цель человеческих поступков состоит не в погоне за богатством, а в приобретении общественного уважения.

Проблемы потребностей занимали важное место в системе социально-философских воззрений великих французских материалистов XVIII в. Через естественные потребности, с одной стороны, природа подчиняет человека своим законам, с другой — естественные потребности проявляют себя в общественной жизни в виде интересов и стремлений к пользе. Через потребности осуществляется сведение социального к индивидуальному, растворение общества в природе.

Так, Гольбах (1723—1789) все потребности делит на «первые» и «мнимые», или «условные». Первые потребности вложены в человека природой, это различные нужды — своего рода гении-телохранители, созданные природой для того, чтобы сохранить его тело и просветить дух. Аналогична в этом вопросе и позиция Гельвеция, который самой насущной считал потребность в пище. Естественные потребности, необходимые для поддержания биологического существования человека, выступают побудителями его активности. Содержанием «первых потребностей» является стремление к самосохранению, а всех потребностей — стремление к удовольствию, избеганию страданий. В свою очередь, они обуславливают страсти и чувства человека, а также его интересы.

Согласно П. Гольбаху, «в... наших потребностях источник наших страданий» (*Гольбах П. Избранные произведения Т. 2. С. 357*).

Когда удовлетворены естественные потребности, то они неизбежно заменяются «мнимыми», или «условными». Мнимые — это «утонченные» естественные потребности, возникающие в результате деятельности воображения индивида. Появление новых нужд Гольбах считает необходимым этапом, что связано с «природой человека».

Физические потребности служат побуждением к труду и развитию общества при своем удовлетворении. Но французские материалисты не поняли диалектики взаимодействия между ростом средств производства, необходимым для удовлетворения потребностей, и самими потребностями. Они придерживались мнения, что потребности — это преимущественно психофизическое состояние индивидуального организма. Гольбах полагал, что потребности первичны по отношению к интересам, ориентированным на личное благо человека. И хотя данный подход к трактовке интересов метафизический, но он лег в основу последующих социально-политических доктрин. По мнению философов-просветителей, несмотря на различие потребностей и интересов людей, между ними возможно согласование. Так, Гельвеций (1715—1771) расценивает как безнравственные поступки, преследующие выгоду личности в ущерб интересам всего общества.

## **Буржуазная классическая политическая экономия о потребностях и потреблении**

А. Смит (1723—1790), создатель политической экономии, в своих социально-философских взглядах, был последователем Гельвеция, он разделял точку зрения французского материалиста в том, что эгоизм — естественное свойство человека и фактор прогресса общества.

Смит исходил из того, что люди, оказывая друг другу услуги, обмениваясь трудом, руководствуются при этом своей выгодой. Естественная потребность людей улучшить свое материальное положение — это такой мощный стимул, что если ему предоставить действовать без помехи, он сам собой способен привести общество к благосостоянию.



Д. Рикардо (1772—1823) считал, что потребности общества в товарах и услугах носят безграничный характер. Если человеческий организм и не может вместить больше определенного количества пищи, то потребности в различных предметах, «удобствах и украшениях» не имеют пределов. Д. Рикардо различал понятия «потребность» и «потребительский спрос». Он считал, что потребности человека, не подкрепленные деньгами в кармане, экономически мало что значат. Производство, порождая доходы, тем самым автоматически создает и платежеспособный спрос на товары и услуги, а этот спрос неизбежно обеспечивает реализацию всех товаров и услуг.

**Немецкая классическая философия** ставит человека в центр философских исследований. Для И. Канта (1724—1804) вопрос «что такое человек?» является основным вопросом философии, а сам человек — «самый главный предмет в мире» (*Кант И. Соч. Т. 6. М., 1966. С. 351*). Подобно Декарту, Кант стоит на позиции дуализма, но это не дуализм души и тела, а **нравственно-природный дуализм**. Человек, по Канту, с одной стороны, принадлежит природной необходимости, а с другой — нравственной свободе и абсолютным ценностям. Как составная часть природного мира явлений он подчинен необходимости, а как носитель духовности — он свободен. Главную роль Кант отводит нравственной деятельности человека, он стремится утвердить человека в качестве автономного и независимого начала, законодателя своей теоретической и практической деятельности. Его антропология призвана исследовать то, что человек «...как свободно действующее существо делает или должен делать из самого себя» (там же. С. 351). И хотя человек, по мнению Канта, зод от природы, но обладает задатками добра, нормальный человек, по Канту, «...никогда не свободен от вины», составляющей основу морали. Основное отличие человека от других существ — самосознание. В своем учении Кант затрагивает проблему соотношения сознательного и бессознательного. Он говорит о наличии у человека «темных представлений», не контролируемых разумом. Причем сфера этих неосознанных представлений гораздо шире, чем сфера сознания. Кантовская философская ан-

тропология, таким образом, еще до З. Фрейда поставила вопрос о соотношении сознательного и бессознательного в человеке. При этом, если, по Фрейду, основной принцип удовольствия был связан с удовлетворением биологических потребностей, то для Канта «работа — лучший способ наслаждения жизнью». Кант считал, что замысел философии можно выразить в вопросах: что я могу знать? что мне надлежит делать? на что я смею надеяться? что есть человек? С первым вопросом соотносится метафизика, со вторым — мораль, с третьим — религия. Четвертый вопрос — это область антропологии.

Родоначальник немецкой классической философии И. Кант расширил представления о потребностях как двигателях нравственного поведения людей. По мнению Канта, человек считает другого человека только средством удовлетворения своих потребностей, поэтому, стремясь удовлетворить свои потребности, люди вступают в конфликт друг с другом. Но в то же время они видят, что удовлетворить многообразие своих желаний вне общества человеку трудно. Несогласованность между потребностями личности и общества разрешается подчинением личных желаний нравственному долгу. В труде «Критика чистого разума» Кант уделяет внимание естественной потребности любого живого человека к счастью. Но человек не в состоянии с достоверностью определить, что сделает его истинно счастливым. Согласно Канту, счастье есть субъективное желание, оно не может быть всеобщим законом, объективным принципом, имеющим силу для каждого разумного существа. Но человек — существо с потребностями, поскольку он принадлежит к чувственно воспринимаемому миру, и чувственность возлагает на разум обязательность заботиться об удовлетворении желаний.

Человек является носителем и исполнителем закона разума, который определяет волю и предмет воли, желаний, потребностей человека. Этот закон, по Канту, обладает всеобщностью, независимостью от каких бы то ни было обстоятельств и условий, т.е. ему присуща полная независимость от всяких человеческих потребностей и интересов.

В конечном счете Кант приходит к выводу о том, что потребность человека в счастье может быть реализована лишь в потустороннем мире.

Попытку раскрыть вопрос о том, что есть человек, который Кант передал как завещание, предпринял Гегель (1770—1831). Это нашло свое отражение в сведении конкретной человеческой общности к интересам мирового разума. Антропологическая концепция Гегеля, как и вся его философия, проникнута рационализмом. Само отличие человека от животного заключается прежде всего в мышлении, которое сообщает всему человеческому его человечность (*Гегель. Энциклопедия философских наук. Т. 1. М., 1974. С. 85*). Он с наибольшей силой выразил положение о человеке как субъекте духовной деятельности, носителе общезначимого духа и разума. Личность, в отличие от индивида, начинается только с осознания человеком себя как существа «бесконечного, всеобщего и свободного» (*Гегель. Философия права. М., 1990. С. 97*). В социальном аспекте учение Гегеля ярко выражает **методологический и социологический коллективизм**, принцип приоритета социального целого над индивидом. Система Гегеля — это очередная попытка устранить чувство бездомности человека. В антропологической концепции Гегеля есть и абсолютный сверхличностный панлогизм, и учение о всемогуществе разума, и представления о тождестве Божественного и человеческого разума. Но есть здесь и кое-что относительно новое: только в процессе развития человек должен достигнуть и достигает того абсолютного состояния сознания, которое ему предначертано. Инстинкты и страсти выступают у Гегеля лишь как слуги Логоса.

Глубокую трактовку многих аспектов человеческих потребностей мы находим в гегелевской идеалистической философии. Гегель пишет, что действия людей вытекают из их потребностей, их страстей и интересов, которые и являются побудительными мотивами этих действий. Удовлетворение потребности приводит к установлению мира между субъектом и объектом. Гегель вслед за Кантом утверждает глубокую связь между необходимостью и потребностью. Если необходимость выражает сущность и устойчивые отношения в живой и неживой природе, то потребность — вид зависимости, отношения, присущий только живому организму, главным образом человеку.



Велики заслуги немецкого мыслителя в разработке типологии потребностей. Он показал, что потребности динамичны, разнообразны. Он выделяет личные и общественные потребности, относящиеся друг к другу как часть к целому. Гегель вводит понятие «социальные потребности», которые понимаются как общественные. Среди духовных потребностей философ подчеркивает важное значение познавательных. «Самая серьезная потребность, — писал Гегель, — есть потребность познания истины» (Гегель. Энциклопедия философских наук. Т. 1. М., 1930. С. 14).

Начиная с марксизма, когда человек ставится в центр философского знания, были заложены основные принципы диалектико-материалистического понимания человека. Было обращено внимание на то, что человеческое самопознание — незавершимый процесс, проявления его сущности многообразны: человек думает, радуется и ненавидит, любит, страдает, постоянно к чему-то стремится, достигает желаемого и, не удовлетворяясь им, устремляется к новым целям и идеалам.

Так, материалист Л. Фейербах (1804—1872) утверждал самоценность и значимость живого, конкретного человека, которого он понимал как часть природы, чувственно-телесное существо. Антропологический монизм Фейербаха направлен против идеалистического понимания человека, дуализма души и тела.

Л. Фейербах повел борьбу против гегелевского панлогизма. Во главу философствования он ставит не человеческое познание, а целостного человека, хотя и ставит вопрос: «Что есть человек?» Согласно Фейербаху, Бог, будучи проекцией человеческого духа, отчуждается от последнего. Он рассматривал человека как универсальный предмет философии. Но имел в виду не столько человеческую индивидуальность, сколько специфическое отношение между людьми, между «Я» и «Ты». Человек одновременно и «Я», и «Ты», он может стать на место другого, потому что объект его сознания не только его индивидуальность, но и его род, его сущность. Он считал, что, только соотнося себя с иным субъектом, можно проникнуть в мир собственной субъективности.

Л. Фейербах рассматривал человека как существо чувственное, управляемое своими потребностями. Фейербах утверждал, что человек становится человеком в обществе, посредством потребностей формируется взаимосвязь человека с природой и обществом. Фундаментальными Фейербах признавал биологические стремления, среди которых выделял нужды людей в самосохранении, пище, чувственных радостях и т.д. Фейербаховская характеристика социальных потребностей отличается ограниченностью, ибо в его понимании общество представляет собой всего лишь среду обитания, где разворачивается жизнь человека с его неизменной природой и естественными потребностями. По сравнению с Гегелем, у которого человек и его потребности рассматриваются в различных сферах общества: семья, государство, политика, экономика, — фейербаховской позиции присуща известная бедность, у него нет речи о мире, в котором живет человек, человек у него абстрактен.

Тем не менее воззрения Фейербаха на человека как субъекта потребностей и потребителя материальных благ и на общество как сферу потребностей содержат определенную предпосылку, возможность перехода к трактовке человека как производителя предметов потребностей, а общества — как области производства материальных благ. Фейербах не понял социальной природы и классовой сущности человека, а вместе с тем и природы, и происхождения человеческих потребностей.

### **Проблемы потребностей в теориях утопического социализма**

Томас Мор (1478—1535), Томазо Кампанелла (1568—1639), Бабёф (1760—1797) и другие утверждали, что равенство общественных отношений обуславливается природным единообразием человеческих потребностей и чувств, а неравенство — их дифференциацией и разнообразием.

В их трудах больше внимания уделялось обоснованию путей обеспечения равенства потребностей. Согласно утопис-

там, идея равенства должна осуществляться путем реализации общеобязательных, государственных законов. Именно они должны запретить излишество в потреблении, ограничить производство тех предметов, которые выходят за рамки насущных запросов людей.

## **Антропологическая концепция марксизма**

К. Маркс (1818—1883) подверг этот взгляд критическому анализу, он относит уравнительный коммунизм к частнособственническому образованию. Такой коммунизм, говорил он, есть «всеобщая частная собственность».

Одним из первых шагов марксизма было выявление процесса дегуманизации происходящего в капиталистическом обществе. Молодой Маркс ставит и решает вопросы о причинах отчуждения человека от общества и о путях их преодоления, о восстановлении достоинства человека, реализации его интересов, условиях его свободного, всестороннего развития. В философии марксизма человек рассматривается как субъект общественных отношений, как носитель и организатор отношений в обществе. А так как общество есть способ существования человека, то его деятельность определяется «архитектурой» социальной действительности. Посредством социальных структур очерчиваются контуры человеческого бытия, анализ социума позволяет понять человека как ядро общественно-исторического процесса. Все социальные отношения и есть человеческие отношения. В системе общественных связей человек — своеобразный узел, к которому сходятся нити многообразных социальных взаимосвязей, т.е. человек представляет собой индивидуальное бытие общественных отношений. Вместе с тем при капитализме приоритетным становится не человек, а общество. Характеристика человека как продукта его общественных связей и отношений логично переходит в то, что он становится чем-то вторичным по отношению к обществу. Эта позиция, с одной сторо-



ны, достаточно справедлива, так как человек только тогда становится человеком, когда вступает в многочисленные и с течением времени умножающиеся связи, сначала с семьей, затем — сверстниками, становится членом социумов: наций, государств и т.д. С другой — эта же позиция несет в себе односторонность, так как социализация человека, включенность без остатков в общественные связи и отношения приводит к утрате его личностной индивидуальности. Получается, что человек не первичен, а производен, вторичен по отношению к обществу. В итоге теряется сам человек, его уникальность.

Наиболее полно концепция человека у Маркса проанализирована Э. Фроммом, он отмечает, что самым распространенным заблуждением во взгляде Маркса на человека является идея материализма, согласно которой Маркс якобы считал главным мотивом человеческой деятельности стремление к материальной выгоде. На самом деле основная идея Маркса — это освобождение человека от экономической зависимости, восстановление человеческой целостности, его единение с природой и другими людьми. Философию Маркса можно назвать духовным экзистенциализмом. Фромм отмечает, что слово материализм у Маркса означает психическую мотивацию поведения и характеризует философское направление, полагающее, что в основе мира лежит движущая материя (с точки зрения идеализма мироздание определяется идеями). Исследуя человека, Маркс исходит из реального человека, экономических, социальных условий его жизни, условий, которыми определяется способ производства, а значит (по мнению Маркса), социальная организация детерминирует самого человека.

Маркс различает постоянные, устойчивые потребности человека, которые сохраняются при любых обстоятельствах: пища, питье, продолжение рода. Он считает, что человек сам творец своей истории, и если в начале истории он слепо подчиняется природе, то по мере эволюции человек меняет отношение к природе и изменяется при этом сам. Причем важнейшим при этом, по Марксу, является труд, в процессе которого человек регулирует свое отношение с природой.

Способ производства, считает Маркс, обуславливает социальный, политический, духовный процессы жизни. Развитие же происходит в результате возникновения противоречий между производительными силами и существующей социальной системой. Если социальная организация и способ производства препятствуют развитию производительных сил, то общество под угрозой упадка выбирает способ производства, соответствующий новым производительным силам. Маркс считал, что человек — продукт обстоятельств и воспитания, а совершенствование человека — это результат их изменений. Он полагал, что человека надо рассматривать не только в биологическом, анатомическом, физиологическом, но и в психологическом ракурсе. Маркс проводит грань между «человеческой природой вообще» и проявляющейся в каждую эпоху модификацией человека. Он считал, что человек — это сырье, которое нельзя изменить в части его структуры, но который изменяется психологически в ходе истории («История есть история самореализации человека, самовыражения его в процессе труда и производства»). Вся так называемая всемирная история есть не что иное, как порождение человека человеческим трудом, становление природы для человека.

Маркс считал, что ни деньги, ни власть, ни чувственное наслаждение не дают человеку понимание смысла жизни, лишь творческая деятельность позволяет человеку радоваться жизни. «Творческий человек является таковым тогда, когда он ведет себя не как пассивный реципиент, а как активный производитель, который выступает по отношению к миру как личность». Человек живет, пока творит. Для Маркса человека характеризует принцип активности как влечение, напряжение, как жизненный дух. Именно в труде человек реализует свою индивидуальность, свои физические и психические силы.

Сен-Симон, Фурье, Оуэн — социалисты-утописты начала XIX в. — создали новое направление утопического социализма и коммунизма, преодолевая представления о всеобщем аскетизме и уравнительности, изобразили будущее общество как общество изобилия, обеспечивающее удовлетворение человеческих

потребностей. Благополучие общества, по их мнению, полностью зависит от правильного распределения материальных и духовных благ, главным образом материальных. Значительное место в их рассуждениях занимали вопросы определения разумности человеческих потребностей. Разумными считались те потребности, удовлетворение которых обеспечивает человеку физическое существование, работоспособность и продолжение рода. Потребности разумны, если они свободны от излишеств и не претендуют на предметы роскоши.

**В истории русской философии** можно выделить два направления, касающихся человека: материалистические учения революционных демократов (Белинский, Герцен, Чернышевский и др.) и концепции представителей религиозной философии (Достоевский, Вл. Соловьев, Бердяев и др.) В развитии философских взглядов В.Г. Белинского проблема человека постепенно приобретает первостепенное значение. В письме к В.П. Боткину от 1.03.1841 он отмечает, что «...судьба субъекта, индивидуума, личности важнее судеб всего мира» (*Белинский В.Г. Полное собрание сочинений. Т. 12. М., 1956. С. 22*). При этом достижение свободы и независимости личности он связывает с социальными преобразованиями, утверждая, что они возможны только в обществе, основанном на правде и доблести. Обоснование необходимости развития личности приводит Белинского к критике капитализма и религии и защите идей утопического социализма и атеизма.

О необходимости освобождения трудящегося человека писал А.И. Герцен. Его антропология рационалистична, человек вышел из «животного сна» благодаря разуму. Герцен считал, что личность человека «создается средой и событиями, но события осуществляются личностями и носят на себе их печать; тут взаимодействие» (*Герцен А.И. Избранные философские произведения. Т. 2. М., 1948. С. 314*). Представители «крестьянского социализма» А.И. Герцен и Н.П. Огарев признавали общины (коммуны) краеугольным зданием нового общества, надеясь, что через них крестьянин сможет осуществить свои потребности и



интересы: право каждого на землю, общинное владение ею, мирское управление.

В работе «Антропологический принцип в философии» Н.Г. Чернышевский проказывает природно-монистическую сущность человека. Человек — высшее произведение природы. На его взгляды оказало влияние учение Фейербаха, хотя и вводит в его учение о человеке социальные моменты существования, в частности, связывает решение проблемы человека с преобразованием общества на социалистических началах. В трудах Н.Г. Чернышевского теоретические проблемы потребностей получили фундаментальную разработку. Он разделял антропологические воззрения Л. Фейербаха, считал главным побуждением действий человека стремление к удовольствию, к приятному, а «материальные интересы» — важнейшими движущими силами социальной жизни. Многообразие общественных явлений он выводил из материальных интересов и потребностей индивидов. К высшим стремлениям человека относил разнообразные духовные потребности. Он считал необходимым гармоничное сочетание материальных и духовных потребностей, что возможно, по его мнению, в условиях справедливого общества. Чернышевский предполагал, что общественные условия формируют людей, их интересы и потребности. По его мнению, люди обладают врожденным взаимным доброжелательством, но каждый хочет удовлетворить прежде всего свои потребности. Достижение соразмерности между потребностями и средствами их удовлетворения возможно в результате изменения размера, важности разных человеческих потребностей. С развитием просвещения будут ослабевать слабости и пороки, рожденные искажением нашей природы.

Разработанная Чернышевским теория новой морали получила название этики «разумного эгоизма». Основной ее принцип состоял в том, что поступки человека должны строго согласовываться с его внутренними побуждениями. «Разумный эгоизм» — это мораль личности, гармонически соединяющей личные и общественные потребности.

М.В. Ломоносов в научных трудах значительное место уделял вопросам роста производительных сил России, выступал за

подъем благосостояния народа, призывал заботиться прежде всего о насущных потребностях широких народных масс.

Радищев проблему потребностей трактовал исходя из товарно-денежных отношений. Он подчеркивал такие свойства товара, как способность удовлетворять потребности людей и приносить прибыль. Большое внимание он уделял улучшению материального положения народных масс путем удовлетворения их насущных потребностей. Главным он считал уничтожение крепостничества, изъятие земли у помещиков, передачу ее крестьянам.

Один из теоретиков декабризма Н.И. Тургенев считал, что только в условиях свободного предпринимательства возможно наиболее полное удовлетворение потребностей всех слоев общества.

Программа П.И. Пестеля строилась на «теории естественного права» — одной из радикальных концепций того времени. Согласно ей структура общества, его государственное устройство должны соотноситься с рациональными и естественными потребностями каждого члена общества. Пестель признавал неизбежность имущественного неравенства в положении людей, но отрицал привилегии состоятельных сословий.

В концепциях русских религиозных философов антропологическая проблематика занимает центральное место. Особенно это относится к периоду развития русской философии, начиная с Ф.М. Достоевского — мыслителя экзистенциального склада. В основе учения о человеке в этом направлении — вопрос о природе и сущности человека. Его решение часто видится на пути дуализма души и тела, свободы и необходимости, добра и зла, божественного и земного. Антропологические взгляды Достоевского основываются на предпосылке, что человек в своей глубинной сущности содержит два полярных начала — Бога и дьявола, добро и зло, которые проявляются особенно сильно, когда человек отпущен на свободу. Это трагическое противоречие двух начал в человеке лежит в основе философской антропологии В. Соловьева. «Человек, — пишет он, — совмещает в себе всевозможные противоположности, которые все сводятся

к одной великой противоположности между безусловным и условным, между абсолютной и вечной сущностью и преходящим явлением или видимостью. Человек есть вместе и божество и ничтожество» (*Соловьев В.С. Собр. соч.: В 10 т. Т. 3. СПб., 1911. С. 121*). В меньшей степени проблема души и тела отражена в философии Н.А. Бердяева: «Человек есть микрокосм и микротеос. Он сотворен по образу и подобию Бога. Но в то же самое время человек есть существо природное и ограниченное. В человеке есть двойственность: человек точка пересечения двух миров, он отражает в себе мир высший и мир низший... В качестве существа плотского он связан со всем круговоротом мировой жизни, как существо духовное он связан с миром духовным и с Богом» (*Бердяев Н.А. О русской философии. Ч. 1. М., 1991. С. 20—21*). В силу этой изначальной раздвоенности и дуализма человека его судьба оказывается трагичной по самой сути. Как существо духовное человек свободен, но как природный феномен он ограничен своей материальной оболочкой, физическим, плотским существованием. «Весь трагизм жизни, — пишет Бердяев, — происходит от столкновения конечного и бесконечного, временного и вечного, от несоответствия между человеком, как духовным существом, и человеком, как природным существом, живущим в природном мире» (*Бердяев Н.А. Судьба России. М., 1990. С. 328—329*). Однако с точки зрения представителей этого направления, значение духовного и природного начала в человеке неодинаково. Главное для человека — духовная, Божественная субстанция, а подлинный смысл человека и его существования заключается в том, чтобы соединить человека с Богом. В русской религиозной философии вопрос о человеке органически превращается в Божественный вопрос, а вопрос о Боге — в человеческий. Человек раскрывает свою подлинную сущность в Боге, а Бог проявляется в человеке. Отсюда одна из центральных проблем этого направления — проблема богочеловека, или сверхчеловека. В отличие от концепции Ницше, у которого сверхчеловек — это человекобог, в русской философии сверхчеловек — это богочеловек. Ее антропология носит сугубо



гуманистический характер, утверждая превосходство добра над злом и Бога над дьяволом.

## ***Контрольные вопросы и задания***

---

1. Дайте определение понятию «сервисология».
2. Что является объектом и предметом изучения сервисологии?
3. Охарактеризуйте взгляды на человека и его потребности в древнеиндийской философии.
4. Расскажите о воззрениях философов Древнего Китая на человека и его потребности.
5. Охарактеризуйте взгляды на человека и его потребности в античной Греции.
6. Осветите подходы к пониманию человека и его потребностей в Средние века.
7. Раскройте подходы философской антропологии Нового времени к пониманию человека и его потребностей.
8. Охарактеризуйте взгляды буржуазной классической политической экономии на потребности человека.
9. Расскажите о подходах немецкой классической философии к человеку и его потребностям.
10. Дайте характеристику подходов к проблеме потребностей в теориях утопического социализма.
11. В чем сущность антропологической концепции марксизма?
12. Охарактеризуйте взгляды на человека и его потребности в истории русской философии.

## **Тема 2**

---

# **СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ СУЩНОСТИ ЧЕЛОВЕКА. ЕДИНСТВО И ВЗАИМОСВЯЗЬ БИОЛОГИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО В ЧЕЛОВЕКЕ**

### **Философская антропология и современные науки о человеке**

Основоположник современной философской антропологии М. Шелер отмечал: «Еще никогда в истории человек не становился настолько проблематичным для себя, как в настоящее время» (1927). Причину этой проблематичности он видел в том, что назрел кризис того одностороннего типа человека, который традиционно формировался западноевропейской цивилизацией, и что наблюдается тенденция выхода из этого кризиса в «эпоху уравнивания» (уравнивания между духовными и жизненными принципами, властью и идеей, мужским и женским, Европой и остальным миром). Он указывал, что набирает силу идея солидарности всех живых существ. Но сложившийся круг идей о человеке, освещенный естественнонаучной, философской и теологической антропологиями, не имеет какого-либо единства.

Основная идея М. Шелера состоит в том, что «вся природа приходит в человеке к концентрированному выражению единства своего бытия», которое является одним из характерных выражений антропоцентрической направленности всей современной философии.

Идея философской антропологии как учения о единстве человеческого бытия вызревала с начала XIX в. По словам М. Фуко, «вплоть до конца XVIII в. человек не существовал» как общая идея и область исследований и размышлений (1977).

«Человек не существовал» в том смысле, что ранее индивиды не самоидентифицировали себя вообще в качестве человека.

На вопрос «Кто ты есть?» ни древний грек, ни житель средневекового города, ни тем более первобытный индивид никогда бы не ответили: «Я человек!» Себя и других они воспринимали как граждан полиса или соплеменников, как представителей некоего сословия или цеха.

Проблему человека в философии поднял И. Кант, его четыре вопроса о человеке можно рассматривать как проект философской антропологии. Для того чтобы могла появиться философская антропология, вопрос о человеке должен быть поставлен иначе: не что есть человек, а что такое быть человеком? (Вопрос дан в экзистенциалистской интерпретации и означает, что нет такой сущности, которая предзадана человеку, человеком нужно стать, следовательно, нужно выявить условия возможности такого становления.)

Согласно М. Шелеру, существовало пять основных (одинаково односторонних) идей человека.

1. **Религиозно-христианская**, согласно которой человек рассматривался как созданный по образу и подобию Бога. Этот взгляд представляет собой сложный результат взаимного влияния античной религиозной истории, иудаизма, Евангелия и до сих пор оказывающий мощное влияние на самосознание человека.
2. **Идея *homo sapiens***, наиболее четко и определенно представленная во взглядах Анаксагора, Платона, Аристотеля. Согласно этой идее человеку (человеческому роду) присуще специфическое деятельностное начало (разум), свойственное только ему и выделяющее его из всего остального животного и растительного мира.

Данной идеи (с теми или иными изменениями) придерживалась почти вся дальнейшая европейская философия: Фома Аквинский, Декарт, Спиноза, Лейбниц, Кант, Гегель и т.д.

3. **Идея *homo faber***, образующая основу натуралистических, позитивистских и прагматических учений. Согласно этой позиции человек — существо, определяемое своими влече-



чениями (по сути такими же, как у животного: влечение к продолжению рода, пропитанию, самосохранению). Сознание — только часть или дальнейшее развитие высших психических функций, а то, что человек называет своими мыслями, желаниями и чувствами, есть язык бессознательных импульсов его влечений.

В рамках этой идеи человек определяется через свои внешние проявления: как животное, использующее орудия труда и знаки, как наделенное специфическим мозгом, ориентированное на особые формы коллективной жизни и т.д. Но нет ничего такого в человеке и его поведении, что в зачаточной форме не было бы присуще животным.

Образ человека, понимаемого как *homo faber*, выстраивается постепенно, начиная с Демокрита и Эпикура, и продолжается в учениях Бэкона, Гоббса, Юма, Конта, Спенсера.

4. **«Человек есть тупик жизни».** Дух или разум человека — это и есть болезнь, болезнетворное направление универсальной жизни. Культура — это то, что человек вынужден создавать в силу своей слабости и бессилия (эту идею можно отыскать в воззрениях Шопенгауэра, Шпенглера, Лессинга, Клагеса, Ницше).
5. **Идея сверхчеловека,** согласно которой для того, чтобы человек мог реализовать свое жизненное предназначение, чтобы он мог достичь вершины свободы и ответственности, Бог не должен существовать (Ф. Ницше, Н. Гартман).

## **Проблема человеческого бытия в современной философии**

Характерной чертой современной философии является ее антропоцентрический характер. Антропоцентризм радикально отличает современную философию от ее классических вариантов. Для философии античности, Средневековья и Нового вре-

мени были свойственны теоцентрическая, натурфилософская и гносеологическая направленности. Человек при этом противопоставлялся миру (природе, быту, объекту познания) или растворялся в них. При этом человек ускользал как особая тема размышлений.

В современной постклассической философии можно указать три особенности воззрений на человека:

- отказ от позиции субъекта и субъект-объектного отношения как исходных;
- превращение в предмет размышления человеческого бытия как бытия в мире.

Вопрос о человеке формулируется онтологически: как должен быть устроен мир, чтобы он допускал возможность человека? Каково место человека в мире?

Различие исходных категорий устанавливает «многоголо-сие» современных воззрений на человеческое бытие.

Категории следующие.

1. Экзистенция (человеческое существование или человеческая реальность) — предельное основание анализа человеческого бытия в экзистенциализме, выявляющее собственно человеческое содержание и формы жизни (любовь, труд, бытие к смерти, общение, воля к власти, игра, забота, свобода и пр.) и сопровождающие их фундаментальные переживания (ужас, скука, экстаз, заброшенность и пр.), в отличие от естественных форм поведения, инстинктов и потребностей, отождествляющих человека с животным. Идея экзистенции подчеркивает сознательно смысловой аспект человеческого бытия. Представители экзистенциализма М. Хайдеггер, Ж.П. Сартр, К. Ясперс).
2. Жизнь — категория «философия жизни» и рациовитализма — «не телесное и не духовное». Согласно этой философии только человеку свойственно «неудержимое» стремление воплотить определенный проект или про-

грамму существования. Представители философии жизни — Ф. Ницше, А. Бергсон, В. Дильтей. Концепция рациовитализма принадлежит Х. Ортега-и-Гассету.

3. Личность (личностный универсум) — основное понятие персонализма. Персонализм имеет религиозную ориентацию, его иногда называют «религиозным экзистенциализмом», но Бог радикально рассматривается антропологически как «горизонт человеческого бытия» (Мунье). Представители М. Бубер, Ж. Маритен, Г. Марсель и др.
4. Практика (деятельность, praxis) — центральное понятие марксизма. Подчеркиваемое этим понятием единство человека и общества осуществляется посредством диалектики опредмечивания (воплощения идеи, замысла в действительность) и распредмечивания, т.е. закрепления реальности в виде знания, идеологии ценности.
5. Опыт — исходная категория прагматизма — непрерывный и нерасчленимый на объективное-субъективное «поток сознания», слагаемый из всего того, что переживается человеком, и тождественный собственно человеческой активности (Дэн. Дьун, Дж. Г. Мид, Р. Бернстайн и др.).
6. Бессознательное — основополагающее понятие психоанализа, структурализма и постструктурализма — иррациональная инстанция человеческой психики, определяющая «логику» его желаний, мыслей, поступков. Причем структуры бессознательного могут трактоваться как имеющие биологическое, космическое, социальное происхождение.

## **Философия и психологическая теория личности**

Многочисленные психологические теории человека (личности) неразрывно переплетены с философскими концепциями.



Демаркационная линия между ними не четкая и тем не менее существует. Она определяется двойственностью человеческого бытия, т.е. тем, что человек — это «тварь и творец» (Ницше), «объект и свобода» (Ясперс), «жизнь и дух» (Шелер) и т.д.

Исследование объективной (объектной) стороны человека составляет прерогативу психологии как науки, истолкование духовно-личностного аспекта — собственно философская задача.

Психологические теории личности, поскольку они ориентированы на тот или иной общенаучный подход к человеку, с одной стороны, и всегда ориентированы на определенную философскую концепцию человека — с другой, занимают промежуточное положение в системе знаний о человеке. Психологические подходы к проблеме сущности человека будут рассмотрены нами ниже.

## **Смыслоориентированные направления в философской антропологии**

К смыслоориентированным направлениям в философской антропологии относятся экзистенциализм и персонализм. Различия существуют с точки зрения метода решения вопроса о смысле человеческого бытия.

Хайдеггер, чья позиция является экзистенциалистской, замечает, что с точки зрения персоналистов, «человек есть нечто перехлестывающее через себя». Иными словами, персонализм не преодолевает классическую идею трансценденции, т.е. человеческое бытие понимается в нем как обусловленное некой высшей силой. Критическая оценка персонализмом экзистенциализма состоит в том, что в экзистенциалистской трактовке «человеческое бытие оказывается герметически закрытым» (Э. Мунье).

### ***А. Экзистенциальная антропология***

Исходный факт, проблемная область экзистенциализма состоит в реальном существовании мыслящего Я: «Я есть!» (Cogito

sum — «мыслящее я есть»). В отличие от классической (декартовской) философской традиции, которая размышляла над тем «что есть Я?», экзистенциализм радикально сосредоточивает свое внимание на том, как я есть? Экзистенциальную аналитику человеческого бытия объединяет понимание того, что «Я есть (существую) совсем иначе, чем вещи или объекты».

Экзистенциальный подход к анализу реальных форм человеческой жизни стал общим достоянием современной философии.

### *Б. Персонализм*

«Центральное положение персонализма — это существование свободных и творческих личностей. Личностный способ существования есть наивысшая форма существования, и эволюция природы ведет к возникновению творчества, знаменующего собой завершение Вселенной. Если экзистенциализм рассматривает человеческое существование как проявление фундаментальных структур бытия и в этом отношении вне реального становления этих структур, то персонализм подходит к миру эволюционно.

Персонализм (как подчеркивает Бердяев) есть дуалистическая философия, и поэтому с ее точки зрения личность собой представляет средоточие материального и духовного. Духовный принцип бытия личности может трактоваться с религиозной или нерелигиозной позиции.

Дальнейшая задача персонализма (философской антропологии) состоит в том, чтобы «показать, как из основной структуры человеческого бытия... вытекают все специфические монополии, свершения» и дела человека: язык, совесть, инструменты... Персонализм разворачивается в достаточно полную (охватывающую все аспекты бытия) философскую систему: создает персоналистическую этику, эстетику, философию науки, религии, власти и т.д. (Э. Мунье).

Наиболее репрезентативна для персонализма позиция основоположника философской антропологии М. Шеллера — «Место человека в космосе».

В задачу философской антропологии не входит создание портрета человека в определенном историческом времени и в определенном месте. Она задается вопросом о *сущности* человека, не остающейся вечно неизменной, но вмещающей и допускающей его пространственно-временную адаптацию. «Разумное животное», которым является человек, не есть нечто законченное, это сама жизнь, эволюционирующая и прогрессирующая.

По словам М. Бубера, философская антропология должна осмотрительно поместить человека в природу, должна сравнить его с другими вещами, другими животными, другими сознательными существами, чтобы уверенно отвести ему соответствующее место.

Возникает вопрос: если антропология должна заниматься всеми этими вещами, тогда она будет лишь эклектическим конгломератом близких проблем, заимствованных у других наук, изучающих человека. Где же тогда объект науки, которую будем изучать мы?

Кроме того, когда мы пытаемся охватить объект нашего исследования — человека, то сталкиваемся с объектом, отличным от всех остальных. Можно изучать Ивана и Петра как находящихся здесь и противопоставленных мне людей, но это будет не изучением «человека» вообще, а просто изучением Ивана и Петра. Для того чтобы изучать «человека», нужно выйти за пределы Ивана и Петра, нужно охватить единым синтезирующим взглядом различные формы человеческого существования в пространстве и времени. Кроме того, нужно вернуться в рассмотрении сущности человека к самому себе, т.е. субъект исследования в данном случае становится не только субъектом, но и объектом рефлексии.

В философской антропологии человек выступает как собственный объект, не как «другой человек», а как «Я-человек».

Основная задача сервисологии рассмотреть нашего человека в его целостности, т.е. объектом исследования будет «человек в целом», так как он существо, которое невозможно объяснить при помощи простой метафизической формулы.



Человек не предмет и не вещь, которые можно рассмотреть непосредственно в их основных проявлениях, а затем определить *сущность*. Человек — это существо, находящееся в постоянном биологическом и культурном развитии, а значит, невозможно дать о человеке окончательное суждение, так как сам человек отнюдь не стабилен.

Вместе с тем история человека, его местоположение играют важную роль в познании сущности, т.е., придерживаясь пространственно-временной обусловленности, мы найдем *объект* своего исследования.

Значительное влияние на объяснение проблемы происхождения человека оказала эволюционная теория Ч. Дарвина. Современные биологи, занимающиеся изучением человека, придерживаются мнения о том, что человек имеет общую со всеми другими животными историю.

Мы помним, что от Аристотеля к нам пришло метафизическое определение человека как «разумного животного». По словам Кассирера, несмотря на все усилия современного иррационализма, это определение не утратило силы. Считается, что процесс превращения обезьяны в человека начался примерно три миллиона лет назад. Причем по мере «очеловечивания» наш предок всё больше утрачивал обезьяньи черты.

## **Человек и современные крупные приматы**

### **I. Сходство**

- а) **Морфологическое сходство.** Имеет около 1560 признаков, по которым можно сравнивать человека и антропоморфов. Из них только 396 совпадают у человека и шимпанзе, 305 — у человека и гориллы, 272 — у человека и орангутана. Однако не менее 312 характеризуют исключительно человека.
- б) **Физиологическое сходство:**
  - одинаковая пища;
  - сходство групп крови;

- одинаковая продолжительность жизни;
- одинаковая длительность эмбрионального периода.

**в) Психическое сходство.**

Животные имеют сходную с человеком природу, органы восприятия и некоторые эмоциональные проявления. Животные удерживают знания, полученные через органы чувств, способны приобретать новые навыки. Речь при этом идет не о способности размышлять, которая наблюдается у человека, а лишь об ассоциативной памяти и способности заполнить образы и их ассоциировать. Животные могут также испытывать различные «чувства», например, гнев, ярость, радость и т.д.

## **II. Различия**

**а) Морфологические.** Основные из них: вертикальное положение человека, иное функционирование рук и ног, развитие полости черепа и мозга, форма и развитие зубов и т.д.

**б) Психические.**

1. У животных нет идей, представляющих собой продукт мысленной абстракции и выходящих за пределы пространственно-временных реальных проявлений.

Животные никогда не создают единого представления о пространстве, их решения достигаются за счет многочисленных несогласованных попыток, чередующихся со случайными успехами, которые отпечатываются в памяти.

2. Отличие в экспрессивном проявлении, как говорит Клагес, — только человек умеет рисовать.

У человека трудно отделить восприятие от деятельности разума.

3. У животных нет настоящего языка, их язык субъективен, выражает различные состояния чувств, но не обозначает, не описывает объекты. Слово — это че-

ловеческий раздражитель, кладущий начало второй сигнальной системе.

4. Пытаясь познать себя, человек может отделиться не только от вещей, но и от самого себя. Только человек способен осознать свои действия.
5. Человек развивается, животное — нет. Человек современного физического типа — кроманьонец — согласно самым последним научным данным, полученным с помощью анализа митохондральной ДНК, появился сравнительно недавно: 50—250 тыс. лет назад, причем примерно в одном месте — в Африке.

Дарвин не дал ответа на вопрос, что именно послужило причиной выделения человека из животного мира. На него попытался ответить Энгельс: некоторые виды человекообразных обезьян под влиянием природно-климатических условий были вынуждены достаточно резко изменить свой образ жизни. Они перебрались с деревьев на землю, в результате чего функции передних конечностей стали существенно отличаться от функций задних. Руки стали органом для производства и использования орудий труда. А труд, в свою очередь, привел к развитию мозга, появлению сознания и речи.

Дарвиновская концепция антропогенеза дополняется теорией *социогенеза*.

Развитие науки в XX в. внесло свои поправки в эти идеи. В частности, обращено внимание на то, что обнаруженные к настоящему времени стоянки древних наших предков территориально «привязаны» к зоне Великих Восточно-Африканских разломов (*Матюшкин П.Н. У истоков человечества. М., 1982*). Именно здесь был высокий «выброс» радиации, вызывающий разные изменения в наследственном фонде живых существ, т.е. мутацию. К этому следует добавить, что не только тектонические, но и вулканические, сейсмические и радиационные катаклизмы оказывали существенное влияние на природную панораму пра-родных человека.

**Основные взаимодействующие факторы и компоненты процесса антропосоциогенеза:**

- природный;
- экономический;
- собственно антропологический (анатоμο-морфологический);
- социальный.

С точки зрения современного диалектического материализма, человек — существо биологическое, психологическое, социально-информационное.

Биологически каждый человек часть природы и уникален, ибо набор генов неповторим. Эта неповторимость усиливается в результате действия социальных и биологических факторов в процессе индивидуального развития человека. *Биологически* обусловлены продолжительность жизни, возрастные характеристики, взаимодействие полов и т.д., но все это также напрямую связано с социальными условиями жизни каждого человека.

Социальное вытекает из биологического, которое создает для него исторические природные предпосылки. Социально обусловлено и психическое развитие человека: внутренний духовный мир человека — его сознательные и бессознательные процессы, воля, память, характер, темперамент, фантазия и т.д.

Но как соотносятся биологическое и социальное начала в человеке?

1. Есть две крайности. Одна из них в сведении человека к животному, плотскому началу. Так, З. Фрейд полагал, что во всех сферах жизни, включая высшие, человек движим главным образом инстинктами. На первое место ставился инстинкт продолжения рода, половой. Но поскольку человек живет в культуре, он не свободное животное, культура выстраивает перед человеком определенные морально-нравственные принципы, помещает человека в определенные, обусловленные общественными законами рамки. Эти ограничения не дают возможности человеку беспрепятственно и полностью удовлетворять свои сексуальные потребности. Сдерживание половых ин-



стинктов, с одной стороны, приводит к неврозам, а с другой — скапливающаяся сексуальная энергия подсознательно или бессознательно преобразуется, сублимируется в творчество, в культуру, в том числе духовную. То есть истоки социального, в том числе духовного творчества человека сводятся к биологическим механизмам его жизнедеятельности.

2. Противоположный подход заключается в недооценке, а то и в полном игнорировании биологических основ существования человека и его деятельности. Они объявляются чем-то несущественным, сопутствующим; в то же время подчеркивается значение общественного, социального в человеке.

В этом есть свои резоны. Так, известно, что в развитых странах, где хорошие условия существования, полноценное питание, наблюдается акселерация, т.е. ускоренное созревание людей. В неразвитых регионах наблюдается физическое вырождение людей.

Представляет интерес вопрос о двух типах наследственности в развитии общества.

Биологическая наследственность обеспечивает возможность воспроизводства и развития биологических свойств людей. Однако развитие каждого человека происходит в условиях определенной социальной среды. Социальный опыт предыдущих поколений, их культура передаются следующему поколению, что позволяет говорить о социальной наследственности.

Будучи биосоциальным существом, человек испытывает на себе взаимодействие генетической и социальной программ. Естественный отбор давно уже не имеет решающего значения в жизнедеятельности людей. Это обстоятельство погасило биологическую эволюцию в виде расо- и видообразования. Генетика свидетельствует о том, что наследственный потенциал человека неисчерпаем и может сохраняться неограниченно долгое время. В то же время социальные условия существования людей стали все более определять их развитие и развитие общества.

## **Сущность и существование человека в контексте его деятельности**

Как уже отмечалось выше, проблема сущности человека находится в центре философского учения о нем. Это объясняется тем, что раскрытие сущности входит в само определение любого предмета, а без этого вообще невозможно вести разговор о его функциях, значении, существовании и т.д.

В истории развития науки ее представители усматривали отличие человека от животного и объясняли его сущность, используя различные специфические качества человека. Действительно, человека можно отличать от животного по плоским ногтям, по улыбке, по уму и т.д. При этом сущность человека пытаются определить исходя не из самого человека, а апеллируя к тем признакам, которые отличают его от ближайшего вида, т.е. со стороны. С методологической точки зрения такой прием не совсем правомерен. Ибо сущность любого предмета определяется прежде всего имманентным способом бытия самого этого предмета, внутренними законами его собственного существования, т.е. сущность человека необходимо определять не в сравнении его с животным, а в зависимости от его собственной, имманентной субстанции, выражающей его качество.

**Трудовая деятельность.** Субстанцией, лежащей в основе исторического бытия и развития человека и составляющей его сущность, как свидетельствует современная наука, является трудовая деятельность. Человек при этом вступает прямо или опосредованно в общественные отношения, совокупность которых и образует общество в той степени, в какой индивид аккумулирует, осваивает и реализует совокупность общественных отношений, происходит и его собственное развитие.

Деятельность — это целеустремленная активность, реализующая потребности субъекта.

Речь при этом идет о совокупности общественных отношений: материальных, идеологических, настоящих и прошлых, т.е. человека надо понимать не вульгарно-материалистически, не идеалистически, не метафизически, а диалектически. Другими

словами, его нельзя сводить лишь к «экономическому человеку» или только к «человеку разумному», или к «человеку играющему» и т.д.

Человек есть существо и производящее, и разумное, и культурное, и нравственное, и политическое и т.д. одновременно. Он аккумулирует в себе в большей или меньшей степени весь комплекс общественных отношений и таким образом реализует свою социальную сущность.

Другой аспект этого вопроса состоит в том, что человек — дитя человеческой истории, речь идет о единстве человека и человеческого рода.

Однако человек не только результат развития общества и общественных отношений, он, в свою очередь, и творец их, т.е. человек оказывается одновременно и объектом, и субъектом общественных отношений, в нем реализуется единство, тождество субъекта и объекта.

Таким образом, можно говорить о социально-деятельностной сущности человека. Уже Аристотель рассматривал человека как существо социальное и разумное. Он писал, что добродетельная жизнь человека имеет проявление в деятельности, в которой заключена единственная возможность самореализации личности.

Имеется концепция человека как стержня развития культуры, согласно которой деятельность человека является основой динамики культуры. Основу любой культуры составляет человек со всеми его потребностями и интересами, в процессе своей деятельности он творит культуру и одновременно сам является ее производением, можно сказать, что человек одновременно и художник, и картина. Этнолог Б. Малиновский (концепция человеческой природы) считает, что в основе любой культуры находится универсальный биологический детерминизм. Культура не может существовать вне человека, относящегося к одному из видов животных. В связи с этим человек должен удовлетворять прежде всего свои основные биологические потребности (пища, размножение, самосохранение). Вместе с тем удовлетворение основных биологических потребностей человеком, в отличие от

животных, происходит в рамках культуры. Опосредованное культурой удовлетворение биологических потребностей приводит к появлению и развитию новых потребностей человека. Преобразуя окружающую среду в процессе своей деятельности, человек трансформирует также структуру и форму своих потребностей, а следовательно, создает новые детерминанты своего поведения и преобразует самого себя. Человек при этом из биологического существа превращается в личность. Именно деятельность человека придает развитию культуры динамичность, обуславливает ее дифференциацию на формы или сферы, к каковым относят религию, искусство, философию, науку и пр.

После возникновения культуры с различного рода символическими системами человек осваивает мир в пространственных и временных параметрах не только физически, но и эмоционально, интеллектуально: искусство, религия, философия, наука вскрывают глубины духовного мира человека и мира Вселенной, физически не доступные индивиду, раскрывают смысл человеческого бытия.

Вне деятельности, социальных отношений и общения (как формы их реализации) человек просто не сможет стать человеком.

Основными характеристиками деятельности являются **предметность и субъектность**. Специфика предметной детерминации деятельности состоит в том, что объекты внешнего мира не непосредственно воздействуют на субъекта, а лишь будучи преобразованы в процессе деятельности, благодаря чему достигается большая адекватность их отражения в сознании. Предметность проявляется в развитой форме исключительно в человеческой деятельности, а также в социальной обусловленности деятельности человека, закрепляясь в орудиях труда, определенных схемах действий, в языке, социальных нормах, социальных ролях.

**Субъектность** деятельности находит выражение:

- во-первых, в обусловленности психических образов прошлым опытом, потребностями, установками, эмоциями, целями и мотивами, определяющими направленность и избирательность деятельности конкретного человека;



- во-вторых, в личностном смысле (значение деятельности «для меня» мотивов различных действий и событий. Социальная деятельность человека в процессе общественно-исторического опыта преобразуется в индивидуальную.

На основе деятельности человека возникает такая его сущностная характеристика, как разум. И если сущность человека — это общая характеристика рода «человек», то существование каждого индивида всегда индивидуально в своем конкретно-эмпирическом выражении и не исчерпывается сущностью.

Оно (существование) есть бытие индивида как целостного существа во всем многообразии форм, видов и свойств его проявления.

Эта целостность выражается в первую очередь в том, что человек есть единство биологического, социального и психологического, это, таким образом, *биопсихосоциальный феномен*. Уничтожив один из этих факторов, мы уничтожим человека.

Поэтому развитие способностей человека и его целостное формирование всегда связаны с этими основными факторами: природными задатками, социальной средой и внутренним «Я» (волей, стремлениями, интересами и т.д.) человека.

Проблема человеческого существования имеет не менее важное значение, чем проблема сущности человека. Свое наибольшее оформление, как отмечалось выше, она нашла в философии существования или экзистенциализме (от лат. *Existentia* — существование).

Человеческое существование трактуется здесь как человеческое бытие, соотнесенное с трансценденцией, т.е. выходом человека за рамки индивидуально-реального, посюстороннего мира.

Существование — это всегда индивидуальное существование, в котором хотя и живут вместе, но умирают в одиночку.

Поэтому в экзистенциализме индивид и общество рассматриваются как противоположные образования, находящиеся в постоянном и непримиримом конфликте. Индивид — это всегда личность, общество — безличность.

Подлинное существование связывается с *индивидуальным бытием личности*, ее свободой и стремлением к трансценденции.

Неподлинное существование — это бытие в обществе, стремление утвердиться в нем и принять его законы.

Социальная сущность человека и его подлинное существование оказываются несовместимыми. А с точки зрения их соотношения «существование предшествует сущности» (Ж.П. Сартр).

Лишь по мере социализации человек «приобретает» сущность, становится все в большей степени носителем общественных отношений, представителем и субъектом социума.

Человеческая сущность не дана индивиду изначально. Она формируется в процессе его индивидуального существования, и лишь по мере того, как он аккумулирует социальный опыт человечества, он все в большей степени становится человеком.

Часто подлинное значение человека обнаруживается в «пограничной ситуации» на грани жизни и смерти и даже спустя некоторое время после нее (смерти). Далее мы рассмотрим подробнее сущность человека в различных аспектах его существования.

## **Контрольные вопросы и задания**

---

1. Охарактеризуйте взгляды на человека в современной философии.
2. Расскажите о смыслоориентированном направлении в философской антропологии.
3. Проведите сравнительный анализ, установите сходство и различие человека и крупных приматов.
4. Осветите проблему сущности и существования человека.
5. Охарактеризуйте деятельностную сущность человека, предметность и субъектность деятельности.

## Тема 3

---

### ЧЕЛОВЕК В РАЗЛИЧНЫХ АСПЕКТАХ СУЩЕСТВОВАНИЯ. ИНДИВИД, ЛИЧНОСТЬ, ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ

Каждый человек может рассматриваться прежде всего как **индивид** (от *лат. individuum* — неделимое), т.е. как:

- 1) единичное природное существо, представитель вида *homo sapiens*, продукт филогенетического и онтогенетического развития, единство врожденного и приобретенного, носитель индивидуально своеобразных черт (задатки, влечения и т.д.);
- 2) отдельный представитель человеческой общности; социальное существо, выходящее за рамки своей природной (биологической) ограниченности, использующее орудия, знаки и через них овладевающее собственным поведением и психическими процессами.

Оба значения термина «индивид» взаимосвязаны и описывают человека в аспекте его отдельности и обособленности.

#### **Наиболее общие характеристики индивида:**

- целостность психофизической организации;
- устойчивость во взаимодействии с окружающим миром;
- активность.

*Целостность* указывает на системный характер связей между многообразными функциями, реализующими жизненные отношения индивида.

*Устойчивость* определяет собой сохранность основных отношений индивида к действительности, предполагая вместе с тем существование моментов пластичности, гибкости, вариативности.

*Активность* индивида обеспечивает ему способность к самоизменению.

Слово «личность» (personality) в английском языке происходит от латинского «persona». Первоначально это слово обозначало маски, которые надевали на себя актеры в древнегреческой драме. Скоморохи в XVII в. надевали маску, «накладную харю», личину, и историческое понятие личность восходит к этому корню.

Таким образом, с самого начала в понятие «личность» был включен внешний, поверхностный социальный образ, который принимает индивидуальность, когда играет определенные жизненные роли, — некая «личина», общественное лицо, обращенное к окружающим. Однако личность — это отнюдь не маска, а как раз то, что скрывается под маской.

Человек исполняет множество ролей, подчиняется множеству «ролевых» предписаний. В поликлинике он «больной», в театре — «зритель», на службе — «начальник» или «подчиненный», в семье «отец», «муж», «сын» и т.д. Примеряясь к тому, что от него ожидают, отвечая на «ролевые ожидания», человек едва успевает сменять маски, переходя, к примеру, от сыновней почтительности к отцовской строгости. Но личность к роли не сводится. Подобно тому как актер остается самим собой, играя злодея или благородного героя, личность — это носитель роли, но не совокупность этих ролей, хотя привычное исполнение какой-либо роли накладывает отпечаток на личность человека.

Соответствие социальным ожиданиям — это необходимая, но отнюдь не достаточная характеристика личности. «Роль» — характеристика поведения человека, его соответствие социально одобряемому образу.

Роль — это социальная функция личности, способ поведения, соответствующий принятым в данном обществе (группе) нормам и зависящий от статуса (позиции) в обществе, в системе межличностных отношений. Понятие роли в социальную психологию ввел Д. Мид.

Индивидуальное исполнение человеком ролей имеет определенную «личностную окраску», зависящую от его знаний, умения находиться в данной роли, от ее значимости для него, от стремления в большей или меньшей степени соответствовать ожиданиям окружающих.



Диапазон и количество ролей, которые исполняет каждый человек, определяется многообразием социальных групп, в которые человек включен, многообразием его видов деятельности и отношений.

Различают:

- 1) роли социальные, обусловленные местом индивида в системе социальных отношений;
- 2) роли межличностные, определяемые местом индивида в системе межличностных отношений (лидер, отверженный, клоун и т.д.).

Кроме того, классифицируя роли, их подразделяют на:

- 1) активные, т.е. исполняемые в данный момент;
- 2) латентные — не проявляющиеся в данной ситуации.

Также различают:

- 1) роли институализированные (официальные), связанные с официальными требованиями организации, в которую субъект входит;
- 2) роли стихийные, связанные со стихийно возникающими отношениями и видами деятельности.

В процессе общения часто формируются ролевые треугольники, человек становится исполнителем роли либо преследователя, либо жертвы, либо спасителя.

В фазе взаимоотражения партнеры, нацеленные на взаимодействие, принимают актуальные роли друг друга, — эта фаза общения также называется ролевым обменом. Если в общении избирается путь взаимосогласия, то это приводит к раскрытию «ролевого веера» каждым партнером.

Понятие «личность» предполагает наличие внутренней позиции по отношению к той роли, которую человек выполняет, соответствуя социальным ожиданиям. Личность — понятие более богатое, чем функциональная роль.

Индивид — «это всегда один из многих», он всегда безличен. В этом смысле понятия «индивид» и «личность» противоположны как по объему, так и по содержанию.

В понятии «индивид» не фиксируется каких-либо особенных или единичных свойств человека, поэтому по содержанию оно очень бедно, в этом понятии не фиксируются ни биологические, ни социальные качества человека, хотя они, конечно, подразумеваются.

Под личностью подразумевается прежде всего индивидуальность человека, но не биологическая, а социальная.

Итак, **личность — это:**

- 1) человек как субъект социальных отношений и сознательной деятельности;
- 2) системное качество индивида, определяемое включенностью в социальные связи и формирующееся в совместной деятельности и общении.

Можно было бы сказать, что личность — это и есть социальная индивидуальность. Здесь человек рассматривается не только со стороны его общих и специфических социальных данных, но и со стороны его индивидуальных социальных свойств. В конце концов, то, что делает человека личностью — это его социальная самобытность.

В понятие «личность» обычно не включают природно-индивидуальные характеристики индивида. И это, видимо, правильно, потому что сущность человека, как мы уже говорили, социальная. Но при этом следует иметь в виду, что природная индивидуальность оказывает свое влияние на развитие личности в той мере, в какой биологическое вообще влияет на социальное в человеке.

Согласно психологическим воззрениям **индивидуальность** — это человек, характеризующийся со стороны своих социально значимых отличий от других людей; своеобразие психики и личности индивида, ее неповторимость.

Индивидуальность проявляется в чертах темперамента, характера, в специфике интересов, качеств, процессов восприятия, интеллекта, потребностей и способностей индивида. Предпосылкой формирования человеческой индивидуальности служат анатомо-физиологические задатки, которые преобразуются

в процессе воспитания, имеющего общественно обусловленный характер, порождая широкую вариативность появления индивидуальности.

Так как человек формируется в конкретном социальном пространстве и в конкретное время в процессе воспитания и практической деятельности, то личность — это всегда конкретный итог, синтез и взаимодействие разнообразных фактов.

Личность имеет сложную структуру. Возможны различные подходы к ее рассмотрению, которые хотя и взаимосвязаны между собой, но имеют и важные различия.

Так, в общей психологии под *личностью* обычно подразумевается некоторое интегрирующее *начало*, связывающее воедино различные психические процессы индивида и сообщающее его поведению необходимую устойчивость. Исходный момент социологических исследований личности состоит не в изучении индивидуальных особенностей человека, а в анализе тех *социальных функций* (ролей), которые он выполняет. Эти роли определяются социальной структурой общества, различными социальными группами, в которые включен индивид.

## Социальный субъект

Социальный субъект своей активностью приспособливает социальные структуры к своим интересам, вступает с ними в компромиссные отношения, делает им вызов, т.е. активно взаимодействует с социально-культурными факторами.

Человек силой своего разума создал материальный мир, реальность которого превосходит многие образы волшебных сказок и утопий. Но, создавая все новые материальные блага, человек потерял из виду свою главную цель — самого себя. Сегодня мы далеко не всегда знаем ответы на вопросы: Что такое человек? Как он должен жить? Как направить его разум и чувства на развитие самого себя и окружающих его людей и природу? Мощество машин, материальный успех, харизма лидеров и т.п. становятся порой источником норм и ценностных суждений человека.

Для того чтобы узнать, что хорошо или плохо для человека, надо знать его природу. Личность нельзя понять, если не рассматривать ее в целостности, включая и потребность поиска ответа на вопрос о смысле существования человека, поиска норм, в согласии с которыми ему надлежит жить, т.е. необходимо рассматривать человека в его телесно-духовной целостности. Данный подход предполагает уверенность в том, что цель человека — быть самим собой, а условие ее достижения — быть человеком для себя. Следовательно, источники норм этического поведения следует искать в самой человеческой природе. Исходя из этого вещь (или услуга) может быть хорошей (полезной), если она хороша для человека, ею пользующегося. Имеется в виду при этом, что критерием оценки является благополучие данного человека. Добродетель каждого человека состоит в его уникальной индивидуальности, а ценностные суждения основаны на особенностях существования человека и значимы лишь в контексте его существования.

Признание того, что благо есть то, что хорошо для человека, вовсе не предполагает его эгоизма, так как в данном случае человек обретает себя, свое благополучие только в родстве и солидарности с другими людьми (если благо одного человека зло для другого — благополучия быть не может). Человек способен формировать верные нормативные принципы и нормы поведения. Конечно, человек может адаптироваться к неудовлетворительным условиям существования и в процессе адаптации выработать определенные эмоциональные и ментальные реакции, но он не может изменить свою собственную природу. Под влиянием реакций, возникающих в ходе приспособления, человек в конце концов изменит сами условия той или иной культурной среды.

Человеческая эволюция обусловлена, с одной стороны, его адаптируемостью, а с другой — определенными неразрушимыми свойствами природы человека. Последние заставляют его никогда не прекращать поиска условий, более соответствующих его внутренним потребностям.

Любой человек — это не обособленный индивид, а взаимодействующий с другими людьми, с природой, с самим собой.



**Проблема личности** в философии — это вопрос о том, в чем сущность человека как личности, каково его место в мире и истории. Личность при этом рассматривается как индивидуальное выражение и как субъект общественных отношений и общения и деятельности. Качество общественных отношений и общение оказывает огромное влияние на формирование исторического типа личности, на ее конкретное состояние и свойства. То же самое можно сказать и о влиянии деятельности на личность.

*Деятельность* — это основа, на которой происходят развитие личности и выполнение ею различных социальных ролей в обществе. Только в деятельности индивид выступает и самоутверждается как личность, иначе он остается «вещью в себе». Сам человек может думать о себе что угодно, строить любые иллюзии на свой счет, но то, чем он является в действительности, обнаруживается только в деле. Не случайно Конфуций не только «слушал слова людей», но и «смотрел на их действия», а Аристотель писал, что победные венки получают лишь те, «кто участвуют в состязаниях». Деятельностный подход к анализу общественных структур выдвигает на первый план проблемы человека, его потребностей.

Социально-деятельная сущность человека формируется прежде всего в процессе социализации индивида. *Социализация* — это процесс усвоения индивидом определенной системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему осуществлять свою жизнедеятельность адекватным для данного общества способом. Она происходит по мере усвоения человеком социального опыта прежде всего через его включенность в определенные общественные отношения, формы общения и виды деятельности. При этом социализация осуществляется и в филогенезе (формирование родовых свойств и качеств человека), и в онтогенезе (формирование конкретной личности).

Как в плане исторического развития человека, так и в онтогенезе личность есть не предпосылка, а результат социализации индивида. А.Н. Леонтьев писал, что «личностью не рождаются, личностью становятся» (*Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975. С. 176*). Так как социализация — это про-

цесс динамический, то личность — это *постоянное становление*. Личность, застывшая в своем формировании, в своих устремлениях, — это уже деградирующая личность. Деградация личности происходит и тогда, когда индивид оказывается полностью подчинен чужой воле, его поступки запрограммированы, не остается места свободе выбора.

Лишение индивида общения и возможности выбора также отрицательно сказывается на развитии личности и ее самочувствии. Не случайно изоляция человека от общества и общения всегда считалась одним из самых суровых наказаний, и это вполне объяснимо, ибо постоянная изоляция и одиночество противоречат самой сущности личности. Но еще более отрицательное влияние на личность, приводящее к ее разрушению, имеет навязывание ей чужой воли и мыслей.

Человек, лишенный собственного мировоззрения, собственных мыслей и взглядов, — это уже не личность. Также трудно назвать личностью индивида, лишенного разума и рассудка по каким-то другим причинам. Люди, у которых отсутствуют разум, воля и, следовательно, свобода действий, не могут быть ответственными (без свободы нет ответственности) и не должны отвечать за содеянное, ибо это не ими обусловленные и потому, по сути, не их поступки.

Мы подошли к очень важной характеристике личности — ее **нравственно-духовной сущности** и обусловленных ею поступков. В содержание личности и ее оценку в качестве важнейшего компонента включаются направленность ее сознания, личностные ориентации, обусловленные уровнем ее сознания, мировоззрения, нравственностью и ответственностью. Безусловно, *социальная среда* оказывает существенное влияние на формирование и поведение личности. Но в не меньшей степени *личностные ориентации* и поведение обусловлены и внутренним, духовным, миром человека. Чем ярче у человека выражены интеллектуально-нравственные и волевые качества, чем больше его жизненные ориентации совпадают с общечеловеческими ценностями, чем в большей степени он положительно влияет на развитие и утверждение этих ценностей, тем ярче и значительней сама

личность. В этом аспекте она характеризуется со стороны силы ее духа, свободы творчества и добра. При этом личность возвышается над своей природной основой и в известном смысле даже преодолевает ее, оставляя свой след и плод своей деятельности и после своей биологической смерти.

Во взаимодействии человека с природой, самим собой, другими людьми проявляется та или иная поведенческая ориентация человека. Э. Фромм выделяет следующие типы ориентации: рецептивную, эксплуататорскую, стяжательскую, рыночную, плодотворную.

Каждая из них отражает особенности конституции каждого индивида. В рамках изучаемой дисциплины нас интересует рыночная ориентация личности человека.

В завершение темы хотелось бы еще раз уточнить понятия «индивид» и «личность». Если попытаться представить себе четкие границы этих понятий, то окажется, что понятие «индивид» шире понятия «личность», оно будет как бы родом, а «личность» — его видом. Человека, в свою очередь, можно рассматривать в двух аспектах, соответствующих этим двум понятиям, с одной стороны, человек является индивидом, подобным всем остальным, с другой — личностью, индивидуальностью.

Бердяев отличал личность от индивида, рассматривая ее как духовную сущность и качество человека. «Как образ и подобие Бога, — пишет он, — человек является личностью. Личность следует отличать от индивида. Личность есть категория духовно-религиозная, индивид же есть категория натуралистически-биологическая. Индивид есть часть природы и общества. Личность не может быть частью чего-то...» (*Бердяев Н.А. Мое философское мировоззрение // Н.А. Бердяев о русской философии. — Свердловск, 1991. Ч. 1. С. 21*).

Однако трудно согласиться с антропологическим дуализмом, который пытается утвердить Бердяев и который приводит его к отрицанию социальной обусловленности личности.

Сила воли и сила духа личности, ее нравственная доброта и чистота не могут подтвердиться и реализоваться никаким другим способом, как только в реальной практической деятельнос-

ти и в определенных социальных условиях. Поступки человека, являющиеся важнейшим фактором, характеризующим личность, — это не слова, а дела, и, видимо, не случайно, но даже в Священном Писании говорится о воздании «каждому по делам его». И именно тогда, когда дело доходит до реальных поступков, обнаруживается, как это трудно и тяжело быть свободной личностью, быть свободным, быть честным, принципиальным и т.д. И если индивид действительно считает себя личностью или стремится быть ею, он должен быть ответственным и не только в своих мыслях, но прежде всего в своих поступках. Таким образом, характеристика личности со стороны свободы, о необходимости которой пишут многие авторы, безусловно необходима, свобода — это атрибут личности. Но свобода без ответственности — это произвол. Поэтому ответственность в не меньшей, а в большей степени является атрибутом личности, ибо быть ответственным труднее, чем быть свободным.

Таким образом, быть личностью трудно. Но еще труднее быть счастливой личностью. Свобода и ответственность подлинной личности, требующие постоянного творчества, постоянных мук совести, страданий и переживаний, очень редко сочетаются со счастьем. И чем личность выше и значительнее, тем выше и ответственность ее перед собой и людьми.

Характеристикой современной социальной среды служит рынок. Рыночное превосходство *менового* ценности над полезностью распространяется и на человеческие взаимоотношения. Человек начинает воспринимать себя как товар, а собственную ценность (полезность) ощущает через меновую, так как его материальный успех (материальное благополучие) во многом *зависит от признания его полезности* (как личности) теми, кто платит за его услуги или нанимает на работу и платит заработную плату. Принцип оценки и на личностном рынке, и на товарном один и тот же: ценностью является меновая ценность, для которой полезность есть хотя и необходимое, но недостаточное условие. Успех зависит в основном от того, насколько хорошо человек умеет продать себя на рынке, насколько хорошо он умеет подать себя, насколько привлекательна его «упаковка»... Тип



желательной личности зависит от достигнутого человеком уровня в той специальной области, где он работает.

Кроме того, чтобы добиться успеха, недостаточно обладать умением и знанием для выполнения поставленной задачи. Необходимо способность вступать в состязание со многими другими. Данное обстоятельство формирует у человека определенную установку по отношению к самому себе. Он начинает воспринимать себя и как товар, и как его продавца одновременно. В определенной мере справедливо замечание о том, что человек заботится не столько о себе, о своей жизни, сколько о том, чтобы стать востребованным товаром. Подобно обычному товару человек должен быть «в моде» на личностном рынке, а чтобы «быть в моде», он должен знать, какой вид (тип) личности пользуется повышенным спросом. Подобные знания человек получает в процессе первичной социализации, затем вторичной, далее в определенные периоды своей жизни — в процессе подготовительной и повторной социализации, когда весьма существенно меняются условия внешней социальной среды (в данном случае — рыночной). Огромную роль в данном процессе играет и реклама. В то же время рынок порождает и своеобразное товарищество: каждый вовлечен в одну и ту же конкретную борьбу, встречается с одними и теми же требованиями рынка. Рыночные ценности акцентируют заботу каждого о себе, предполагают собственную инициативу и ответственность за сделанные выборы. В этих условиях каждый стремится полнее использовать свои силы, что предполагает, во-первых, постижение окружающей социальной реальности, во-вторых, изменение ее посредством активной собственной деятельности. И в этом двойном процессе человек изменяется сам, реализует через деятельность свои силы и возможности.

Безусловно, рыночная ориентация личности имеет свои плюсы и минусы, представленные ниже (по Э. Фромму) в табл. 1.

Рыночная ориентация, следовательно, основывается на отдаленности от других людей, по отдаленности, проявляющейся в дружеской форме. Она предполагает легкость контактов, поверхностность связей; отдаленность же *от других* существует

лишь в более глубокой эмоциональной сфере. Чем полнее индивид реализует свои возможности, тем больше положительных сторон проявляется в его рыночной ориентации.

Таблица 1

**ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНОЧНОЙ (ОБМЕНИВАЮЩЕЙ) ОРИЕНТАЦИИ ЧЕЛОВЕКА**

Положительные стороны	Отрицательные стороны
Целеустремленность	Пользование случаем
Готовность к обмену	Непоследовательность
Моложавость	Ребячливость
Устремление вперед	Неучитывание будущего или прошлого
Свободомыслие	Беспринципность
Общительность	Неспособность к уединению
Экспериментирование	Бесцельность
Недогматичность	Релятивизм
Действенность	Сверхактивность
Любознательность	Бестактность
Понятливость	Умничанье
Контактность	Неразборчивость
Терпимость	Безразличие
Остроумие	Глуповатость
Щедрость	Расточительность
<i>Источники: Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Человек и его потребности. Новосибирск, 2002</i>	

Если учесть все вышерассмотренное, то будущий специалист сервисных сфер деятельности должен понять, что без знаний основ сервисологии — науки о природе, принципах и мето-

дах индивидуального обслуживания населения, учитывающих индивидуальность человека как целостной личности, его потребности, интересы и ценностные ориентации, психологическое своеобразие и жизненный стиль, без понимания личностных особенностей человека, формирующегося в современных рыночных условиях, невозможно быть успешным профессионалом.

### **Контрольные вопросы и задания**

---

1. Проследите и охарактеризуйте различия понятий: индивид, личность, индивидуальность.
2. Раскройте общие характеристики индивида.
3. Осветите понятие роли и ее разновидностей.
4. Охарактеризуйте понятие личности как социального субъекта.
5. Охарактеризуйте взгляд на современного человека с позиции рыночной типологии. Проведите сравнительную характеристику позитивных и негативных сторон личности.

---

## **Тема 4**

---

### **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ЛИЧНОСТИ О ЧЕЛОВЕКЕ И ЕГО ПОТРЕБНОСТЯХ. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, КАСАЮЩИЕСЯ ПРИРОДЫ ЧЕЛОВЕКА**

Чтобы составить представление о многообразии значений понятия «личность» в психологии и подходов, обратимся к взглядам некоторых признанных теоретиков в этой области.

Например, Карл Роджерс описывал личность в терминах самости: как организованную, долговременную, субъективно воспринимаемую сущность, составляющую самую сердцевину наших переживаний.

Гордон Олпорт определял личность как то, что индивидуум представляет собой на самом деле — внутреннее «нечто», детерминирующее характер взаимодействий человека с миром.

Эрик Эриксон считает, что индивидуум в течение жизни проходит через ряд психосоциальных кризисов, и его личность предстает как результат этих кризисов.

Джордж Келли рассматривал личность как присущий каждому индивидууму уникальный способ осознания жизненного опыта.

Раймонд Кеттел полагает, что ядро личностной структуры образуется шестнадцатью исходными чертами.

Альберт Бандура рассматривал личность в виде сложного паттерна непрерывного взаимовлияния поведения индивидуума и ситуации, в которой он находится.

Столь явная несхожесть приведенных концепций показывает, что содержание личности с позиции различных теоретических представлений гораздо многограннее, чем в рассмотренной выше первоначальной концепции «внешнего социального образа». Большинство теоретических определений личности содержит нижеследующие общие положения:

- подчеркивается значение индивидуальности или индивидуальных различий. В личности представлены качества, благодаря которым данный человек отличается от всех остальных людей;
- личность предстает в виде некой гипотетической структуры или организации. Поведение индивидуума, доступное непосредственному наблюдению, рассматривается как организованное или интегрированное личностью.

Другими словами, личность — абстракция, основанная на выводах, полученных в результате наблюдения за поведением человека:



- подчеркивается важность рассмотрения личности в соотношении с жизненной историей индивидуума или перспективами развития. Личность характеризуется в эволюционном процессе в качестве субъекта влияния внутренних и внешних факторов, включая генетическую и биологическую предрасположенность, социальный опыт и меняющиеся обстоятельства окружающей среды;
- личность представлена теми характеристиками, которые «отвечают» за устойчивые формы поведения. Личность как таковая относительно неизменна и постоянна во времени и меняющихся ситуациях; она обеспечивает чувство непрерывности во времени и окружающей обстановке.

Теории личности — это тщательно выверенные умозаключения или гипотезы о том, что представляют собой люди, как они себя ведут и почему они поступают именно так, а не иначе. Теории выполняют две основные функции: они объясняют и предсказывают поведение человека. Теории личности дают возможность объяснить, что собой представляют люди (выявить относительно постоянные личностные характеристики и способ их взаимодействия), понять, каким образом эти характеристики развиваются во времени, и почему люди ведут себя определенным образом.

Для рассмотрения различных теорий личности необходимо представлять их основные компоненты.

### **1. Структура личности**

Основным признаком любой теории личности являются структурные концепции, имеющие дело с относительно неизменными характеристиками, которые люди демонстрируют в различных обстоятельствах и в разное время. Эти стабильные характеристики выполняют роль основных строительных блоков человеческой психики. Примеры структурной концепции:

- концепция черт личности. Г. Олпорт, Р. Кеттел, Г. Айзенк полагали, что структуру личности лучше всего схемати-

чески представить в терминах гипотетических качеств, лежащих в основе поведения;

- концепция типа личности. Тип личности описывается в виде совокупности множества различных черт, образующей самостоятельную категорию с четко очерченными границами (например, по К.Г. Юнгу, это экстраверты и интроверты).

## 2. Мотивация

Целостная теория личности должна объяснить, почему люди поступают так, а не иначе. Концепция мотивации или процессуальные аспекты функционирования индивидуума фокусируются на динамических, изменяющихся особенностях поведения человека. Вот примерный перечень вопросов, относящихся ко второму компоненту теории личности: «Почему люди ставят перед собой те или иные цели и стремятся их достигать?», «Какие специфические мотивы заставляют человека действовать и направлять его поступки?»

Так называемая редуccionистская модель мотивации, первоначально описанная З. Фрейдом, предполагает, что физиологические (биогенные) потребности индивида создают напряжение, и это заставляет его искать разрядки путем удовлетворения данных потребностей. Многие виды основных жизненных потребностей, такие как голод, жажда, потребность во сне, в половых отношениях, укладываются в объяснение мотивации человека с позиции редуccionии напряжения.

Другие теории делают основной упор на стремление человека овладевать окружающей средой и на жажду получения нового опыта с целью наслаждения (модель мотивации компетентностью). Так, А. Маслоу, выдающийся теоретик в области мотивации, полагал, что в какие-то моменты индивидуумом движет дефицит потребности, и тогда он стремится уменьшить напряжение. В другое время его ведут за собой возрастающие потребности, и тогда он стремится усилить напряжение, пользуясь этим, как средством реализовать свой личностный потенциал.

### **3. Развитие личности**

Концепции развития фокусируются на вопросе о том, как мотивационные аспекты функционирования личности меняются от младенчества до зрелости, а затем в старости. С позиции данной концепции можно проследить, как изменяются потребности человека в различные возрастные периоды.

### **4. Психопатология**

Еще одна проблема, с которой сталкивается всякая теория личности, заключается в необходимости объяснения причин того, почему некоторые люди оказываются не в состоянии приспособиться к требованиям общества и эффективно функционировать в нем.

Теоретики, придерживающиеся психодинамической ориентации, убеждены, что конфликты, не нашедшие разрешения в детстве, могут приводить к патологическому поведению в зрелом возрасте. Концепции этого рода позволяют понять различные потребности человека, не согласовывающиеся с морально-нравственными принципами общества и культуры, в которой живет данный индивид.

### **5. Психическое здоровье**

Для того чтобы понять четвертый аспект функционирования личности, необходимо разобраться в понятии нормы. Поэтому надежная теория личности должна предложить критерии оценки здоровой личности. Однако необходимо определить, что именно входит в понимание здорового образа жизни. В большинстве теорий личности рассматривается вопрос о том, из чего складывается психологическое благополучие. Например, З. Фрейд полагал, что функционирование зрелой личности характеризуется способностью продуктивно работать и поддерживать удовлетворительные межличностные отношения. Психическое здоровье можно также определить в терминах теории социального научения. Например, Бандура (1982) уделяет особое внимание понятиям, отражающим нашу способность удовлетворять требованиям жизни. В его понимании самоэф-

фективность, или осознание собственной способности выбирать именно те виды поведения, которые необходимы для достижения цели, является важнейшей особенностью приспособления.

Некоторые персонологи уделяют внимание созданию психологического портрета здоровой личности и основных потребностей человека со здоровым образом жизни. Наиболее очевидная иллюстрация такого подхода — это теория самоактуализации Абрахама Маслоу (1987), базирующаяся на иерархии человеческих потребностей. По Маслоу, для нормального личностного роста требуется сдвиг относительной значимости потребностей от наиболее примитивных (физиологические и потребности в безопасности) к наиболее возвышенным или наиболее «человеческим» (в истине и красоте). Маслоу также изучал людей с реализованной потребностью в самоактуализации и сформулировал результаты своих наблюдений в терминах личностного профиля, куда вошли такие качества, как эффективное восприятие реальности, потребность в уединении и частной жизни, а также принятие себя и других. Изучение человеческих потребностей в контексте психологических подходов требует понимания ряда основных положений, касающихся природы человека.

## **Основные положения, касающиеся природы человека**

Отличия теорий личности отражают фундаментальные различия между их создателями в отношении ряда положений.

### **1. Свобода — детерминизм**

Вопрос о свободе — это один из самых главных вопросов, имеющих отношение к человеческой природе, он касается той степени внутренней свободы, которой люди обладают в выборе направления своих мыслей и поступков, а также в осуществлении контроля над своим поведением.



Сторонники свободы исходят из положения, что все люди ответственны за свои действия и способны преодолевать влияние среды на их поведение.

Детерминисты исходят из положения о том, что наше поведение обусловлено воздействием каких-то событий и не проявляется свободно.

Так, К. Роджерс утверждал, что человек является личностью в процессе создания самого себя, личностью, творящей смысл своей жизни. Скиннер, наоборот, утверждал, что «автономный» человек — это изобретение, используемое для объяснения того, что мы не в состоянии объяснить никаким другим образом.

## **2. Проактивность — реактивность**

Вопрос при этом имеет отношение к локусу причинности в объяснении поведения человека: порождают ли его внутренние факторы или оно представляет собой просто серию ответов на внешние стимулы?

Сторонники проактивности считают, что причины поведения человека заключены в нем самом. Люди скорее совершают поступки и действия, чем реагируют.

Приверженцы реактивности полагают, что действительные причины поведения человека являются исключительно внешними по отношению к нему и что его поведение представляет собой просто серию ответов на внешние стимулы.

## **3. Гомеостаз — гетеростаз**

Положение имеет отношение к мотивации человека. Движет ли индивидуумом прежде всего (или исключительно) необходимость уменьшения напряжения и сохранения состояния внутреннего равновесия (гомеостаз)? Или основная его мотивация направлена на развитие, поиск новых стимулов и самореализацию (гетеростаз)? Персонологи, придерживающиеся разных точек зрения по этому вопросу, высказывают диаметрально противоположные взгляды на мотивационный фундамент поведения.

Последователи гомеостаза считают, что люди мотивированы прежде всего стремлением уменьшить напряжение и сохранить внутреннее состояние равновесия.

Приверженцы гетеростаза считают, что люди мотивированы главным образом стремлением к личностному росту, поиску стимулов к самореализации. По словам Бюлера, «невозможно одновременно верить в гомеостаз и в осуществление самореализации как в конечную цель» (Buhler, 1971). В середине XX столетия Джон Доллард и Нил Миллер отстаивали позицию гомеостаза. Они полагали, что личностные характеристики приобретаются посредством научения, которое всегда предполагает взаимосвязь между факторами побуждения, например голод, и подкрепления, в данном случае пища (Dollard, Miller, 1950). Согласно их теории подкрепление всегда уменьшает силу первоначального побудительного стимула. Люди такие, какие они есть, потому что они приобрели стабильные свойства, благодаря которым становится возможным снижать напряжение побудительного мотива и сохранять состояние внутреннего равновесия. Без гомеостатической основы мотивации, по Долларду и Миллеру, развитие личности не представляется возможным. Примерно в то же время А. Маслоу и К. Роджерс выдвинули совершенно иную концепцию мотивации человека (Maslow, 1978; Rogers, 1951). Эти теоретики гетеростаза считали, что основой мотивации людей является непрерывный поиск личностного роста и самореализации. Человек живет не только благодаря редукции потребности. Вместо того чтобы направлять свое поведение на удовлетворение потребности, а значит, на уменьшение напряжения, люди согласно своей природе постоянно ищут новые стимулы и возможности испытать свои силы, чтобы достичь самореализации. Благодаря этой мотивационной тенденции и осуществляется развитие личности. Это базисное положение породило множество логических построений. Теории личности, созданные убежденными сторонниками гомеостаза, могут предлагать в качестве предмета исследования содержание и разнообразие основных потребностей человека или его инстинктов; различные личностные механизмы, которые вырабатываются у индивидуумов с целью снижения напряжения, создаваемого потребностями, а также процессы, обеспечивающие становление механизмов понижения напряжения. В теориях личности гетерос-

тазной ориентации будут подчеркиваться интеграция мотивов человека, подчиненная задачам самореализации, устремленности в будущее, и различные средства, с помощью которых люди достигают личностного роста и самореализации.

Ряд других положений теорий личности не имеет решающего значения для понимания подходов теоретиков психологии к человеческим потребностям, поэтому мы их опускаем.

## **Психодинамическое направление в теории личности о человеке и мотивации его поведения по З. Фрейду**

Зигмунд Фрейд одним из первых, исследуя человеческую психику, охарактеризовал ее как поле боя между непримиримыми силами инстинкта, рассудка и сознания. Термин «психодинамический» указывает именно на эту непрекращающуюся борьбу между разными аспектами личности. В начале 20-х годов XX столетия Фрейд пересмотрел свою концептуальную модель психической жизни и ввел в анатомию личности три основные структуры: «Оно», или «Ид», «Эго» и «Суперэго». Фрейд полагал, что эти составляющие следует рассматривать скорее как некие процессы, чем как особые «структуры» личности. «Ид» в модели З. Фрейда — это инстинктивные, врожденные аспекты личности, связанные с такими биологическими потребностями, как еда, сон, дефекация, копуляция. Эта часть личности подчиняется принципу удовольствия и выражает себя в импульсивной, иррациональной, нарциссической (преувеличенно себялюбивой) манере, невзирая на последствия для других людей или вопреки самосохранению.

«Эго» — это сознательная часть человеческой психики, ответственная за принятие решений и способствующая удовлетворению потребностей в соответствии с ограничениями, налагаемыми внешним миром, что помогает обеспечивать безопасность и самосохранение организма. Эго подчиняется принципу реальности, опираясь на силу логического мышления. Эго способно направлять поведение в нужное русло, чтобы инстинктивные потребности удовлетворялись безопасным для самого индиви-

дуума и для других людей образом. Таким образом, «Эго» является «исполнительным органом» личности и областью протекания интеллектуальных процессов и решения проблем.

«Суперэго». Для того чтобы человек эффективно функционировал в обществе, он должен иметь систему ценностей, норм и этики, разумно совместимых с теми, что приняты в окружении. Все это приобретается в процессе становления человека как социальной личности, посредством формирования «Суперэго» — интернализованной версии общественных норм и стандартов поведения. З. Фрейд разделил «Суперэго» на две подсистемы: совесть и «Эго-идеал». Совесть приобретается посредством родительских наказаний, в случае «непослушного поведения» она включает в себя способность к критической самооценке, наличие моральных запретов и возникновение чувства вины, то, что не должно делать. Поощрительный аспект «Суперэго» — это «Эго-идеал», он формируется из того, что родители одобряют или высоко ценят. Он ведет индивидуума к установлению для себя высоких стандартов.

З. Фрейд считал, что мотивация человека полностью основана на энергии возбуждения, производимого телесными потребностями. По его убеждению, основное количество психической энергии, вырабатываемой организмом, направляется на умственную деятельность, которая позволяет снижать уровень возбуждения, вызванного потребностью. Фрейд утверждал, что любая активность человека (мышление, память, восприятие, воображение) определяются инстинктами. Люди ведут себя так или иначе потому, что их побуждает бессознательное напряжение, их действия служат цели уменьшения этого напряжения.

## **Основные положения Фрейда относительно природы человека**

### **■ Свобода — детерминизм**

Фрейд был убежденным биологическим детерминистом. Он полагал, что все проявления человеческой актив-



ности (действия, мысли, чувства, стремления) подчиняются определенным законам и детерминированы мощными инстинктивными силами, в особенности сексуальным и агрессивным инстинктами. Он рассматривал людей преимущественно механистически, по его мнению, ими управляют те же законы природы, которые применимы к поведению других организмов.

#### ■ *Проактивность — реактивность*

Фрейд в объяснении причин человеческого поведения следовал традиционной модели изучения его внутреннего мира. Фрейда можно считать приверженцем проактивного взгляда на природу человека, но вместе с тем индивиды реактивны в той степени, в какой их инстинкты направляются на внешние объекты. Последние действуют в качестве стимулов окружающей среды, вызывающих то или иное поведение. То есть позиция Фрейда — это умеренный уклон в сторону проактивности.

#### ■ *Гомеостаз — гетеростаз*

Фрейд был убежден в том, что все человеческое поведение регулируется стремлением уменьшать возбуждение, вызываемое неприятными напряжениями в организме. Инстинкты «ид» постоянно требуют внешнего выражения, и люди организуют свое поведение таким образом, чтобы снизить уровень этого напряжения, сформированного энергией инстинктов. Таким образом, индивидуумы вместо того, чтобы стремиться к напряжению или возбуждению, испытывают желание найти состояние, свободное от всякого напряжения. Данный взгляд Фрейда на мотивацию определенно выражает гомеостатическую позицию.

## **Индивидуальная теория личности Альфреда Адлера**

Представление о том, что человек — это единый и самосогласующийся организм, составляет главную посылку психоло-

гии Адлера. Он дал своей теории название «индивидуальная психология», поскольку в латинском языке «individuum» означает «неделимый», т.е. речь идет о сущности, которую нельзя разделить. Адлер исходил из того, что ни одно проявление жизненной активности нельзя рассматривать в изоляции, а лишь в соотношении с личностью в целом. Адлер считал, что жизнь человека невозможно представить без непрерывного движения в направлении роста и развития. Он утверждал, что человек стремится к совершенству, всегда находится в движении к личностно значимым жизненным целям.

Признавая значение наследственности и окружающей среды в формировании личности, Адлер настаивал на том, что индивидуум — нечто большее, чем только продукт этих двух влияний. Он считал, что люди обладают творческой силой, которая обеспечивает возможность распоряжаться своей жизнью — свободная, осознанная активность является определяющей чертой человека. Кроме того, ведущим в теории Адлера является положение, согласно которому все поведение человека происходит в социальном контексте, и суть человеческой природы можно постичь только через понимание социальных отношений. Он считал, что у каждого человека есть естественное чувство общности или социальный интерес — врожденное стремление вступать во взаимные социальные отношения сотрудничества. Адлер полагал, что люди мотивированы фиктивными целями — личными мнениями о настоящих и будущих событиях, — регулируемыми их поведение. По мнению А. Адлера, всё, что мы делаем в жизни, отмечено нашим стремлением к превосходству. Цель этого стремления — достичь совершенства, полноты и целостности в нашей жизни. Адлер полагал, что эта универсальная мотивационная тенденция принимает конкретную форму в виде стремления к субъективно понимаемой определяющей цели, т.е. поведение индивидуума подчинено им самим намеченным целям в отношении будущего. При этом Адлер считал, что основные цели людей представляют собой фиктивные цели, несенность которых с реальностью невозможно ни проверить, ни подтвердить (фикционный финализм). Так, например, один

человек может считать, что напряженной работой поможет достичь всего, другой полагает, что Бог вознаградит его на небесах за то, что он жил праведной жизнью на Земле.

## **Основные положения А. Адлера относительно природы человека**

### ■ ***Свобода — детерминизм***

Адлер отвергал концепцию психического детерминизма, доказывал, что личность каждого индивидуума является его собственным творением. Однако идея полной свободы в его индивидуальной психологии имеет ограничения. Они вызваны тем, что стиль жизни, по крайней мере в некоторой степени, находится под влиянием фиктивной жизненной цели, берущей начало в раннем детском опыте.

### ■ ***Проактивность — реактивность***

Адлер — абсолютный приверженец положения проактивности. В его теории причинность поведения всегда находится внутри индивидуума, особенно в упорном, нацеленном на будущее и всепоглощающем стремлении к превосходству и совершенству. В действительности Адлер постулирует существование только одной проактивной и динамической силы, лежащей в основе всей человеческой активности, — поиск совершенства в жизни.

### ■ ***Гомеостаз — гетеростаз***

Чтобы оценить позицию Адлера по этому положению, стоит вернуться к короткой цитате: «Движение от минуса к плюсу бесконечно. Стремление снизу вверх никогда не прекратится» (Adler, 1930). Совершенно очевидно, что этого не мог бы сказать теоретик, преданный идее гомеостаза. То, что Адлер строго придерживается положения гетеростаза, видно из его формулировки основного жизненного мотива — концепции стремления к пре-

восходству. В этом стремлении люди не снимают напряжения, они генерируют его для продолжения борьбы за достижение своих целей.

## **Аналитическая теория личности К.Г. Юнга о человеке и его потребностях**

Как и З. Фрейд, Юнг посвятил себя изучению влияния динамических неосознаваемых влечений на человеческое поведение и опыт. Однако в отличие от первого К.Г. Юнг утверждал, что содержание бессознательного есть нечто большее, чем подавленные сексуальные и агрессивные побуждения. Согласно его теории индивидуумы мотивированы интрапсихическими силами и образами, происхождение которых уходит в глубь истории эволюции. Это врожденное бессознательное содержит имеющий глубокие корни духовный материал, который и объясняет присущее всему человечеству стремление к творческому самовыражению и физическому совершенству.

### **Структура личности, по Юнгу**

К.Г. Юнг утверждал, что душа (в теории личности Юнга этот термин аналогичен личности) состоит из трех отдельных, но взаимодействующих структур: Эго, личного бессознательного, коллективного бессознательного (Jung, 1931/1969).

Эго является центром сферы сознания. Оно представляет собой компонент души (Psyche), включающий в себя все те мысли, чувства, воспоминания и ощущения, благодаря которым мы чувствуем свою целостность, постоянство и воспринимаем себя людьми.

Личное бессознательное вмещает в себя конфликты и воспоминания, которые когда-то осознавались, но теперь подавлены и забыты. В него входят и те чувственные впечатления, кото-



рым недостает яркости для того, чтобы быть отмеченными в сознании. Кроме того, Юнг считает, что личное бессознательное содержит в себе комплексы или скопления эмоционально заряженных мыслей, чувств, воспоминаний, вынесенных из прошлого личного, жизненного опыта или из родового, наследственного опыта. Согласно представлениям Юнга, эти комплексы могут сильно мотивировать поведение индивидуума. Например, человек с потребностью в проявлении власти может расходовать значительное количество психической энергии на деятельность, связанную с темой власти. То же самое может быть верным в отношении человека, находящегося под сильной властью денег, секса или какой-нибудь другой разновидности комплексов. Однажды сформировавшийся комплекс, по мнению Юнга, начинает влиять на потребностную сферу индивидуума, обуславливая мироощущение человека и его поведение.

С точки зрения Юнга, человек постоянно приобретает новые потребности и цели и реализует себя все полнее. Он придавал большое значение такой жизненной цели индивида, как «обретение самости», являющейся результатом стремления различных компонентов личности к единству. Согласно Юнгу, конечная жизненная цель — это полная реализация «Я», т.е. становление единого, неповторимого и целостного индивида. Развитие каждого человека в этом направлении уникально, оно продолжается на протяжении всей жизни и включает в себя процесс, получивший название индивидуация. Это динамичный, эволюционирующий процесс интеграции многих противодействующих внутриличностных сил и тенденций. В своем конечном выражении индивидуация предполагает сознательную реализацию человеком своей уникальной психической реальности, полное развитие и выражение всех элементов личности. Таким образом, центром личности становится архетип самости (первичный психический образ), который уравнивает многие противоположные качества, входящие в состав личности как единого целого. Итог осуществления индивидуации, очень непросто достигаемый, Юнг называл самореализацией.

Он считал, что конечная стадия развития личности доступна только способным и высокообразованным людям, имеющим к тому же достаточный для этого досуг.

Юнг ввел понятие двух типов личностной ориентации, или жизненных установок: экстраверсия и интроверсия. Экстраверты обычно подвижны, быстро образуют связи и привязанности; мотивирующей их поведение силой выступают внешние факторы. Интроверты, как правило, созерцательны, стремятся к уединению, их интерес сосредоточен на самих себе. Юнг выделил также четыре психологические функции: мышление, чувство, ощущение и интуиция. Мышление и чувство являются рациональными функциями, ощущение и интуиция — иррациональными.

### **Эгопсихология и связанные с ней направления в теории личности — Э. Эриксон, Э. Фромм, К. Хорни**

**Э. Эриксон.** Теоретические формулировки Эриксона касаются исключительно развития Эго, он отошел от классического психоанализа по четырем пунктам.

- Во-первых, в его работах виден акцент от Ид к Эго. По его мнению, именно Эго составляет основу поведения и функционирования человека. Он рассматривал Эго как автономную структуру личности, основным направлением развития которой является социальная адаптация, параллельно идет развитие Ид и инстинктов.
- Во-вторых, Эриксон развивает новый взгляд относительно индивидуального взаимоотношения с родителями и культурным контекстом, в котором существует семья. Эриксон отмечает, что развитие Эго тесно связано с меняющимися особенностями социальных предписаний и системой ценностей.
- В-третьих, теория развития Эго охватывает все жизненное пространство (т.е. от младенчества до старости).
- В-четвертых, у Эриксона фрейдовскому фаталистическому предупреждению о том, что люди обречены на со-

циальное угасание, если отдадутся своим инстинктивным стремлениям, противопоставлено оптимистическое положение о том, что каждый личностный и социальный кризис представляет собой вызов, приводящий индивидуума к личностному росту и преодолению препятствий в процессе удовлетворения потребностей.

## **Основные положения Эриксона относительно природы человека**

### ■ *Свобода — детерминизм*

С точки зрения Эриксона, поведение человека изначально детерминировано, но при этом он убежден, что у каждого человека, особенно в течение последних четырех стадий, есть определенная возможность разрешить кризисы, т.е. у Эриксона есть положения, обосновывающие свободу человеческой личности.

### ■ *Проактивность — реактивность*

Индивидуум в системе Эриксона в начале своего развития обладает выраженной реактивностью, но с течением времени становится более проактивным. Фактически успешное разрешение первых четырех кризисов (надежда, сила воли, цель, компетентность) является прелюдией к проактивному функционированию на последующих стадиях. В описании последующих четырех стадий от юности до старости ясно выражена идея, что люди способны к внутренней регуляции своего поведения. Такие понятия, как поиск эго-идентичности, интимность, продуктивность и эго-интеграция, лучше раскрываются в контексте проактивности. Но вместе с тем Эриксон считает, что развитие человека зависит от реакций на биологические, социальные, исторические реалии. Таким образом, можно сказать, что Эриксон в своем взгляде на человека отмечает значение как проактивности, так и реактивности.

## ■ *Гомеостаз — гетеростаз*

С точки зрения Эриксона, люди постоянно принимают вызов в ходе каждого психосоциального кризиса, и каждый кризис содержит в себе потенциальную возможность — вырасти и расширить свои возможности. То есть это движение вперед позволяет увидеть принцип гетеростаза в понимании мотивации человека у Эриксона. Природа человека требует, по мнению Эриксона, личного роста и ответа на вызовы, присущие каждой стадии развития.

## **Гуманистическая теория личности о человеке и его потребностях — Э. Фромм**

Ни один теоретик не смог настолько выразительно обрисовать социальные детерминанты личности, как Э. Фромм. Он утверждал, что поведение человека может быть понято только в свете влияний культуры, существующей в данный конкретный момент истории. Он был убежден, что потребности, свойственные только человеку, эволюционировали в ходе истории человечества, а различные социальные системы, в свою очередь, оказывали влияние на выражение этих потребностей. С точки зрения Фромма, личность — продукт динамического взаимодействия между врожденными потребностями и давлением социальных норм и предписаний. Он первым сформулировал теорию типов характера, основанную на социологическом анализе того, как люди в обществе активно формируют социальный процесс и культуру.

Фромм провел исторический анализ, начиная с конца Средневековья и почти до конца XX в., и пришел к выводу, что неотъемлемой чертой человеческого существования в наше время является одиночество, изоляция и отчужденность. С его точки зрения, перед сегодняшними мужчинами и женщинами стоит болезненная дилемма — свобода от жестких социальных, политических, экономических и религиозных ограничений или ее



компенсация в виде чувства безопасности и чувства принадлежности к социуму.

Фромм полагал, что пропасть между свободой и безопасностью стала причиной беспримерных трудностей в человеческом существовании. Люди нуждаются в том, чтобы обладать властью над своей жизнью и иметь право выбора, но им также необходимо чувствовать себя объединенными, связанными с другими людьми.

Фромм считает, что чувства одиночества, собственной незначимости, отчужденности, сопутствующие свободе, люди преодолевают различными путями.

- **Авторитаризм** — тенденция соединить себя с кем-то или чем-то внешним, чтобы обрести силу, утраченную индивидуальным «Я». Причем авторитаризм может проявляться как в мазохистских, так и в садистских тенденциях. При мазохистской форме люди проявляют в отношениях с окружающими чрезмерную зависимость, беспомощность. Садистская форма выражается в эксплуатации других, доминировании, контроле над ними. Причем Фромм утверждал, что у одного и того же человека присутствуют обе тенденции. Например, в высокоавторитарной военной структуре один и тот же индивидуум может добровольно подчиняться командам высших офицеров и унижать подчиненных.
- **Деструктивность** — второй механизм бегства от свободы. Следуя этой тенденции, человек пытается преодолеть чувство неполноценности, уничтожая или покоряя других. По Фромму, долг, патриотизм, любовь — примеры рационализации деструктивных действий.
- **Подчинение социальным нормам** — человек становится как все, ведет себя как общепринято. «Индивидуум прекращает быть самим собой, он превращается в такой тип личности, какого требует модель культуры, и поэтому становится абсолютно похожим на других — таким, каким они хотят его видеть» (Fromm, 1941/1956).

## Экзистенциальные потребности человека

По убеждению Фромма, в природе человека заложены уникальные экзистенциальные потребности. Они не имеют ничего общего с социальными и агрессивными инстинктами. Фромм утверждал, что конфликт между стремлением к свободе и стремлением к безопасности представляет собой наиболее мощную мотивационную силу в жизни людей (Fromm, 1973). Он выделил пять основных экзистенциальных потребностей человека.

1. *Потребность в установлении связей* (горизонтальные связи). Чтобы преодолеть ощущение изоляции от природы и отчужденности всем людям необходимо о ком-то заботиться, принимать в ком-то участие, нести за кого-то ответственность. Идеальный путь связи с миром осуществляется посредством «продуктивной любви», помогающей людям трудиться вместе и в то же самое время сохранить свою индивидуальность.
2. *Потребность в преодолении*. Все люди нуждаются в преодолении своей пассивной животной природы, чтобы стать активными и творческими создателями своей жизни. Невозможность удовлетворения этой потребности является причиной деструктивности.
3. *Потребность в укорененности* (вертикальные связи). Люди нуждаются в том, чтобы ощущать себя неотъемлемой частью мира. Согласно Фромму, эта потребность возникает с самого появления человека на свет, когда разрываются биологические связи с матерью. К концу детства каждый человек отказывается от безопасности, которую обеспечивает родительская опека. В поздней зрелости каждый человек сталкивается с реальностью отрыва от самой жизни (когда приближается смерть). Поэтому на протяжении всей жизни люди испытывают потребность в корнях, в чувстве стабильности, ощущении безопасности, которое в детстве давала связь с матерью.

Те, кто сохраняют симбиотические связи со своими родителями, домом, сообществом как способ удовлетворения своей потребности в корнях, не способны ощущать свою личностную целостность и свободу.

4. *Потребность в идентичности.* Фромм считал, что все люди испытывают внутреннюю потребность тождества с самими собой, в идентичности, благодаря которой они чувствуют свою непохожесть на других, могут сказать о себе: «Я — это Я».
5. *Потребность в системе взглядов и преданности.* Согласно Фромму, людям необходима стабильная и постоянная опора в виде определенной системы взглядов для объяснения сложности мира. Это совокупность убеждений, позволяющих людям воспринимать и постигать реальность, без чего они постоянно оказывались бы в тупике и были бы неспособны действовать целеустремленно. Кроме того, человек также нуждается в объекте, в посвящении себя чему-то или кому-то (высшей цели или Богу), в чем заключался бы для него смысл жизни.

Рассматривая человеческие потребности в экономико-политическом контексте, Фромм утверждал, что выражение и удовлетворение этих потребностей зависят от типа социальных условий, в которых живет индивидуум. В сущности, возможности удовлетворения экзистенциальных потребностей, которые предоставляет людям определенное общество, формируют у них структуру личности — то, что Э. Фромм называл «основными ориентациями характера».

### **Социальные типы характера, по Э. Фромму**

Фромм выделил пять социальных типов характера, преобладающих в современных обществах. Эти социальные типы, или формы установления отношений с другими, представляют со-

бой взаимодействие экзистенциальных потребностей и социального контекста, в котором живут люди. Фромм разделил их на два больших класса: непродуктивные (нездоровые) и продуктивные (здоровые) типы. Первые четыре типа, по Фромму, — непродуктивные:

- **Рецептивные типы** — убеждены в том, что источник всего хорошего в жизни находится вне их самих. Они открыто зависимы и пассивны, не способны делать что-либо без посторонней помощи и думают, что их основная задача в жизни — скорее быть любимыми, чем любить. Их можно охарактеризовать как пассивных, доверчивых, сентиментальных.
- **Эксплуатирующие типы** — берут все, что им нужно, или о чем они мечтают, силой и изобретательностью. Они не способны к творчеству, добиваются любви, обладания, идей, эмоций, заимствуя все это у других. Их негативные черты — агрессивность, надменность, самонадеянность, эгоцентризм, склонность к соблазнению. К положительным качествам относятся уверенность в себе, чувство собственного достоинства.
- **Накапливающие типы** — пытаются обладать как можно большим количеством материальных благ, власти и любви; стремятся избегать любых поползновений на свои накопления. В отличие от первых двух типов они тяготеют к прошлому, их отпугивает все новое. Они напоминают анально-удерживающую личность, по Фрейдю: ригидные, подозрительные, упрямые. Их положительные качества — предусмотрительность, лояльность, сдержанность.
- **Рыночный тип** — исходит из убеждения, что личность оценивается как товар, который можно продать или выгодно обменять. Эти люди заинтересованы в сохранении приятной внешности, знакомствах с нужными людьми, готовы продемонстрировать любую личностную черту, которая повысила бы их шансы на успех в деле продажи себя потенциальным заказчикам. Их отношения с окружающими поверхностны, их девиз — «Я такой, каким вы



хотите меня видеть» (Fromm, 1947). Их ключевые черты характера: бесцельность, бестактность, неразборчивость в средствах, опустошенность. Их положительные качества — открытость, любознательность, щедрость (см. выше таблицу позитивных и негативных качеств этого типа личности).

В противоположность непродуктивной ориентации **продуктивный характер** представляет собой, с точки зрения Фромма, конечную цель в развитии человека. Он независимый, честный, спокойный, любящий, творческий и совершающий социально полезные поступки. Сила продуктивной любви дает возможность человеку любить все живое на Земле. Для него характерны заботливость, ответственность, уважительность, хорошие знания и способность к творческому самовыражению. Его отличает зрелая, целостная структура характера.

Фромм полагал, что в результате коренной социальной реформы эта ориентация может стать доминирующим типом в любой культуре. Но, по сути, продуктивная личность — это идеал человека и вряд ли кто-либо достигал всех характеристик этой личности.

## **Социокультурная теория личности Карен Хорни**

Толчком к формированию социокультурного взгляда на личность послужили три основных соображения Хорни.

**Во-первых**, она отвергала высказывания З. Фрейда относительно женщин, и особенно его утверждение о том, что их биологическая природа предопределяет зависть к пенису. Когда З. Фрейд, анализируя развитие и формирование женственности, утверждал, что основной движущей силой в развитии женщин является желание стать мужчиной, вне всякого сомнения, при этом речь шла об эмансипированных женщинах, у которых действительно присутствует внутреннее желание сравняться с мужчиной, достичь его духовной и нравственной свободы. Но женственная

женщина не испытывает ни малейшей потребности в эмансипации. И поэтому, когда американский психоаналитик К. Хорни отвергает взгляд З. Фрейда на психологию женщины, на ее стремление приобрести атрибуты мужского пола, стать мужчиной, то она говорит, что женщина, физически созданная для специфически женских функций, в психологическом аспекте не может быть детерминирована желанием иметь атрибуты другого пола. Можно предположить, что при этом она говорит об истинной женщине, имеющей небольшой процент мужественности или вообще не проявляющей таковую. Желание взрослых женщин быть мужчиной, утверждает К. Хорни, характерно лишь для невротичных женщин. Такие проявления, как склонность к диктаторской власти, честолюбию, к тому, чтобы завидовать другим и бранить их, — это элемент неврозов нашего времени как у женщин, так и у мужчин.

Равным образом А. Адлер полагает, что желание женщины быть мужчиной может быть связано с желанием иметь все привилегии, которые в нашей культуре считаются мужскими, такие как сила, смелость, независимость, успех, сексуальная свобода, право выбора партнера.

И если во время Фрейда считалось, что женщине свойственны также мазохизм и боязнь потерять любовь, то К. Хорни отрицает подобный взгляд на женщину, она говорит, что мазохизм не является изначально женским феноменом. К. Хорни считает, что причины не в биологии, а в культуре.

Мазохизм, утверждает она, это проявление попытки достичь безопасности и удовлетворения в жизни благодаря собственной незаметности и зависимости, такой способ помогает достичь господства над другими через слабость и страдание. Боязнь потерять любовь также заложена в культуре. На протяжении веков труд женщин ограничивался семейным кругом. Любовь и преданность стали рассматривать как специфические женские добродетели. К. Хорни считает, что существуют две причины недовольства женщины своей женской ролью: в обществе, где нарушены человеческие взаимоотношения, трудно достичь счастья в жизни; подобная ситуация и порождает чув-

ство неполноценности, а значит, недовольство собой как женщиной. Пока ведение домашнего хозяйства считалось серьезным делом, количество детей не ограничивалось, женщина чувствовала себя конструктивным фактором экономического процесса. Эта основа исчезла, и женщина утратила свой фундамент. Любой человек чувствует себя недостойным, если его не любят и не очень ценят. Подобное обесценивание изначальной женской роли мы наблюдаем в настоящее время и в нашей культуре. У женщин, выброшенных из социума по различным причинам, появляется чувство ненужности, снижается самооценка, развиваются депрессивные состояния.

**Во-вторых,** Хорни была убеждена, что социокультурные условия оказывают глубокое влияние на развитие и функционирование индивидуума.

**В-третьих,** клинические наблюдения над ее пациентами показали глубокие различия в их личностной динамике в зависимости от культурной среды, в которой они жили (Европа, США), что было подтверждением культурных факторов в развитии личности. Отмечая, как и З. Фрейд, значение детских переживаний в формировании структуры личности взрослого человека, Хорни утверждала, что детству характерны две потребности:

- потребность в удовлетворении;
- потребность в безопасности (Horney, 1939).

Удовлетворение охватывает все основные биологические нужды: в пище, сне и т.д. И хотя Хорни придавала значение удовлетворению потребностей в обеспечении физического выживания, она не считала, что они играют основную роль в формировании личности. Главной, по ее мнению, в развитии ребенка является потребность в безопасности. Основополагающий мотив при этом — быть любимым, желанным, защищенным. Если родители и ближайшее окружение не удовлетворяют эти потребности, то подавленные чувства обиды, негодования, враждебности проявляются во взаимоотношениях ребенка с другими людьми как в настоящем, так и в будущем (базальная тревога — «ощущение беспомощности перед лицом потенциально опасного мира») (Horney, 1950).

**НЕВРОТИЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА,  
ИХ ПРОЯВЛЕНИЕ В ПОВЕДЕНИИ**

Избыточная потребность	Проявление в поведении
В любви и одобрении	Ненасытное стремление быть любимым, быть объектом восхищения со стороны других; повышенная чувствительность и восприимчивость к критике, отвержению или недружелюбию
В руководящем партнере	Чрезмерная зависимость от других, боязнь получить отказ или остаться в одиночестве; переоценка любви — убежденность в том, что любовь может решить все
В четких ограничениях	Предпочтение такого жизненного стиля, при котором первостепенное значение имеют ограничения и установленный порядок; довольствование малым, нетребовательность, подчинение другим
Во власти	Доминирование и контроль над другими как самоцель, презрительное отношение к слабости
В эксплуатировании других	Боязнь быть используемым другими или боязнь выглядеть «тупым» в их глазах, но нежелание предпринять что-нибудь такое, чтобы их перехитрить
В общественном признании	Желание быть объектом восхищения со стороны других; представление о себе формируется в зависимости от общественного статуса
В восхищении собой	Стремление создать приукрашенный образ себя, лишенный недостатков и ограничений; потребность в комплиментах, лести со стороны окружающих
В честолюбии	Сильное стремление быть самым лучшим, невзирая на последствия; страх неудачи
В самодостаточности и независимости	Избегание любых отношений, предполагающих взятие на себя каких-либо обязательств, дистанцирование от всех



Избыточная потребность	Проявление в поведении
В безупречности и неопровержимости	Попытки быть морально непогрешимым и безупречным во всех отношениях; поддержание впечатления совершенства и добродетели
<i>Источник:</i> Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 1997. С. 258	

Хорни утверждала, что эти потребности присутствуют у всех людей. Они помогают справляться с чувствами отверженности, враждебности, беспомощности, неизбежными в жизни. Однако невротик, реагируя на различные ситуации, использует эти потребности негибко. Он принудительно полагается лишь на одну из всех возможных потребностей. Здоровый же человек легко заменяет одну другой, если этого требуют меняющиеся обстоятельства.

Хорни впоследствии разделяет все потребности на три основные категории, каждая из которых представляет собой стратегии оптимизации межличностных отношений с целью достижения чувства безопасности в окружающем мире. Каждой стратегии сопутствует определенная основная ориентация в отношениях с людьми.

- **Ориентация на людей: уступчивый тип личности.** Эта ориентация предполагает такой стиль взаимодействия, для которого характерны зависимость, нерешительность, беспомощность. Уступчивому типу необходимо, чтобы в нем нуждались, любили его, защищали, руководили им. Такие люди завязывают отношения с единственной целью — избежать чувства одиночества, беспомощности, ненужности.
- **Ориентация от людей: обособленный тип.** Эта ориентация обнаруживается у тех индивидуумов, которые придерживаются защитной установки «мне все равно». Такие люди руководствуются ошибочным убеждением: «если я отстранюсь, со мной будет все в порядке» (Horney, 1937).

Для такого типа личности характерна установка — никоим образом не дать себя увлечь, идет ли речь о любовном романе, работе или отдыхе. В результате они утрачивают истинную заинтересованность в людях, привыкают к поверхностным наслаждениям. Для них характерны стремления к уединенности, независимости, самодостаточности.

- **Ориентация против людей: враждебный тип.** Для этого стиля поведения характерны доминирование, враждебность, эксплуатация. Этот человек действует исходя из иллюзорного убеждения «у меня есть власть, никто меня не тронет». Враждебный тип придерживается мнения, что все другие люди агрессивны и что жизнь — это борьба против всех. Поэтому любую ситуацию или отношения он рассматривает с позиции «что я буду от этого иметь?», независимо от того, о чем идет речь — деньгах, престиже, контактах или идеях. Хорни отмечала, что этот тип личности способен действовать тактично и дружески, но его поведение в итоге всегда нацелено на обретение контроля и власти над другими. Все его потребности вращаются вокруг желания повысить собственный престиж, статус, удовлетворить личные амбиции. То есть основная потребность этого типа — эксплуатировать других, получать общественное признание и восхищение.

Как и все десять невротических потребностей, каждая из трех межличностных стратегий предназначена для уменьшения чувства тревоги, вызванного социальными влияниями в детстве. С точки зрения Хорни, основополагающие стратегии в межличностных отношениях когда-либо применяет каждый из нас. По Хорни, эти стратегии находятся между собой в состоянии конфликта как у здоровой, так и у невротической личности. Однако у здоровых этот конфликт не несет в себе такого сильного эмоционального заряда, как у больных неврозами. Здоровому человеку присуща большая гибкость, он способен менять стратегии сообразно обстоятельствам. Невротик же использует только одну из этих стратегий.

## Социально-когнитивное направление в теории личности: Джулиан Роттер о человеке и его потребностях

Социально-научающая теория Роттера — это попытка объяснить, как обучаются поведению путем взаимодействия с другими людьми. Роттер рассматривает людей как целенаправленных индивидуумов. Он полагает, что люди стремятся максимизировать поощрение и минимизировать или избежать наказания. Более того, он утверждает, что цели определяют направление поведения человека в поисках удовлетворения основных потребностей. Роттер предполагает, что специфические цели обычно тесно связаны с более широкими категориями, понимаемыми как потребности.

Дж. Роттер рассматривает следующие шесть **категорий потребностей**, применимых к прогнозу поведения человека.

- **Статус признания.** Это понятие относится к потребности человека чувствовать себя компетентным в широком спектре областей деятельности, таких как школа, работа, физическая культура или общественная деятельность.
- **Защита — зависимость.** Понятие включает в себя потребность, чтобы кто-то защитил от неприятностей и помог достичь значимых целей.
- **Доминирование.** Это понятие включает в себя потребность влиять на жизнь других людей и иметь возможность организовывать последствия на основе такого контроля.
- **Независимость.** Данное понятие выражает потребность принимать самостоятельные решения и достигать цели без помощи других.
- **Любовь и привязанность.** Понятие включает в себя потребность человека в принятии и любви других людей.
- **Физический комфорт.** Это потребность, включающая в себя удовлетворение, связанное с физической безопасностью, хорошим здоровьем и свободой от боли. Роттер указывает, что все другие потребности приобретаются в

результате их ассоциации с основными потребностями физического здоровья и удовольствия.

## **Компоненты потребностей**

Роттер предполагает, что каждая категория потребностей состоит из трех основных компонентов: потенциал потребности, ценности потребности и свобода деятельности.

**Потенциал потребности** относится к вероятности того, что данное поведение приведет к удовлетворению определенной категории потребностей. Так, примером потенциала потребности в любви и привязанности может служить поведение, когда человек оказывает близким какие-то знаки внимания, чтобы заслужить их любовь.

**Ценность потребности** — это понятие Роттер определил как среднюю ценность набора подкреплений. Для одного человека наиболее предпочтительной категорией является потребность завоевать любовь и привязанность; для второго — потребность быть свободным от контроля других; для третьих — проявлять власть над другими.

Акцент Роттера на важности социальных и когнитивных факторов в объяснении научения человека расширяет границы традиционного бихевиоризма. Его теория исходит из того, что наиболее важные аспекты личности познаются в рамках социального контекста.

Роттер утверждает: люди способны осознавать, что определенное поведение именно в определенной, а не какой-то другой ситуации, вероятно, будет поощрено. К тому же он рассматривает людей как когнитивных созданий, которые добиваются своих целей и формируют стратегии поведения в течение жизни.

## **Гуманистическая теория личности: Абрахам Маслоу**

Термин «гуманистическая психология» был придуман группой персонологов, которые в начале 1960-х годов под руковод-



ством А. Маслоу объединились с целью создания жизнеспособной теоретической альтернативы двум наиболее важным в психологии течениям — психоанализу и бихевиоризму. Гуманистическая психология уходит корнями в экзистенциальную философию, разработанную такими европейскими мыслителями, как Серен Кьеркегор (1813—1855), Карл Ясперс (1883—1969), Мартин Хайдеггер (1889—1976) и Жан-Поль Сартр (1905—1980).

Психологи Э. Фромм, Г. Олпорт, К. Роджерс, В. Франкл и Ролло Мей оказали влияние на развитие гуманистического подхода к личности.

## **Основные принципы гуманистической психологии**

**Индивид как единое целое.** Одним из наиболее фундаментальных тезисов, лежащих в основе позиции А. Маслоу, является то, что каждого человека нужно изучать как единое, уникальное, организованное целое. Изначально теория Маслоу развивалась как протест против теорий, не пытавшихся понять человека в целом (особенно против бихевиоризма). В теории Маслоу мотивация влияет на человека в целом.

**Творческий потенциал человека.** Признание приоритета творческой стороны в человеке — возможно, самая значительная концепция гуманистической психологии. Маслоу рассматривает творчество как черту, потенциально присутствующую во всех людях от рождения.

**Акцент на психическое здоровье.** Маслоу считал, что нельзя понять психическое заболевание, пока не понято психическое здоровье.

### **Мотивация: иерархия потребностей**

Вопрос о мотивации наиболее важный во всей персонологии А. Маслоу. Он полагал, что люди мотивированы для поиска личных целей, что делает их жизнь значительной и осмысленной. А. Маслоу описал человека как желающее существо. Он предположил, что все потребности человека врожденные и что

они организованы в иерархическую систему приоритета или доминирования:

- физиологические потребности;
- потребности в безопасности и защите;
- потребности в принадлежности и любви;
- потребности самоуважения;
- потребности в самоактуализации, или потребности личного усовершенствования.

В основе его классификации потребностей лежит допущение, что доминирующие потребности, расположенные внизу, должны быть более или менее удовлетворены до того, как человек сможет осознать наличие и быть мотивированным потребностями, расположенными наверху.

Маслоу считал, что чем выше человек может подняться по этой иерархической лестнице, тем большую индивидуальность, человеческие качества и психическое здоровье он продемонстрирует. Хотя он допускал, что могут быть творческие люди, которые выражают свой талант, несмотря на серьезные трудности и социальные проблемы.

Он предполагал, что некоторые люди могут создавать собственную иерархию потребностей, так, они могут отдавать предпочтение потребностям уважения, а не любви, т.е. их больше интересует престиж, продвижение по службе, а не семья и интимные отношения.

Ключевым моментом в концепции иерархии потребностей Маслоу является то, что потребности никогда не бывают удовлетворены. Потребности частично совпадают, и человек может быть одновременно мотивирован на двух и более уровнях.

Средний человек, по Маслоу, удовлетворяет свои потребности следующим образом:

- 85% — физиологические,
- 70% — безопасность,
- 50% — любовь и принадлежность,

- 40% — самоуважение,
- 10% — самоактуализация (А. Маслоу, 1970).

## **Физиологические потребности**

Самыми основными, сильными и неотложными являются потребности, существенные для физического выживания: в пище, питье, дыхании, сне, физической активности, защите от экстремальных температур и потребности в сенсорной стимуляции. Хронически голодный человек вряд ли будет стремиться сочинять музыку и т.д.

### **Потребности безопасности и защиты**

В эту группу включены потребности в организации, стабильности, законе, порядке, предсказуемости событий, свободе от таких угрожающих сил, как болезнь, страх, хаос. То есть это потребности, связанные с выживанием человека.

### **Потребности принадлежности и любви**

На этом уровне люди стремятся устанавливать отношения привязанности с другими в своей семье или группе. Групповая принадлежность становится доминирующей целью для человека. Он будет остро чувствовать муки одиночества, отсутствие дружбы и отверженность. Маслоу определял два вида любви взрослых:

- дефицитарная — Д-любовь;
- бытийная — Б-любовь.

**Д-любовь** исходит из стремления получить то, чего нам не хватает, скажем, самоуважения, или секса, или общества кого-то, с кем мы не чувствуем себя одинокими, таким образом, это эгоистическая любовь, которая берет, а не дает.

**Б-любовь**, наоборот, основана на осознании человеческой ценности другого. Маслоу определял эту любовь, как любовь «бытия» другого, несмотря на его несовершенства.

Зрелая любовь, по Маслоу, подразумевает здоровые, нежные отношения между двумя людьми, основанные на взаимном уважении, восхищении, доверии.

## **Потребность в самоуважении**

Эту потребность Маслоу разделил на:

- **самоуважение**, включающее в себя такие понятия, как престиж, признание, уверенность, достижение, независимость, свобода;
- **уважение другими** — престиж, признание, репутация, статус, оценка, принятие.

Удовлетворение потребностей самоуважения порождает чувство уверенности в себе, достоинство и осознание того, что вы полезны и необходимы в мире. Фрустрация этих потребностей приводит к чувству неполноценности, бессмысленности, слабости, пассивности и зависимости. Это негативное самовосприятие, в свою очередь, может вызвать существенные трудности, чувство пустоты и беспомощности в столкновении с жизненными требованиями и низкую оценку себя по сравнению с другими.

Маслоу подчеркивал, что здоровое самоуважение основывается на заслуженном уважении другими. Он предположил, что потребности уважения достигают максимального уровня и перестают расти в зрелости. Истинная самоактуализация встречается, по Маслоу, после достижения зрелого возраста.



## **Потребность в самоактуализации**

Маслоу (1987) охарактеризовал самоактуализацию как желание человека стать тем, кем он может стать, достичь вершины своего потенциала.

Почему самоактуализация так редка?

Маслоу сделал предположение, что большинство людей, если не все, нуждаются во внутреннем совершенствовании, ищут его, но достигают лишь некоторые, как правило, одаренные люди (меньше чем 1% всего населения, по оценке Маслоу). Это происходит отчасти потому, что:

- 1) многие просто не видят своего потенциала, не знают о его существовании, не понимают пользы самосовершенствования. Они склонны сомневаться в себе и даже бояться своих способностей. Маслоу назвал это комплексом Ионы, который характеризуется, по его мнению, страхом успеха, что мешает человеку стремиться к величю и самосовершенствованию;
- 2) самоактуализации препятствуют стереотипы, бытующие в обществе по отношению к мужественности и женственности и препятствующие проявлению противоположной половой роли в каждом гендере;
- 3) сильное негативное влияние на самоактуализацию оказывает потребность в безопасности, т.е. самоактуализация требует риска, готовности ошибаться и отказываться от старых привычек, требует мужества.

Все, что увеличивает страх и тревогу человека, увеличивает также и тенденцию возврата к поиску безопасности и защиты.

Но если большое число людей достигли бы самоактуализации, то могли бы измениться потребности человека в целом, появилось бы больше возможностей для удовлетворения потребностей низших уровней.

## **Дефицитарная мотивация и мотивация роста**

В дополнение к своей иерархической концепции мотивации Маслоу выделил две глобальные категории мотивов человека. Эту потребность Маслоу разделил на:

- дефицитные мотивы (Д-мотивы);
- мотивы роста.

Единственной целью Д-мотивации, которую называют еще депривационной, является удовлетворение дефицитарных состояний (например, голод, холод, опасность и др.)

По Маслоу, дефицитарные мотивы удовлетворяют пяти критериям (А. Маслоу, 1968):

- их отсутствие вызывает болезнь;
- их присутствие предотвращает болезнь;
- их восстановление излечивает болезнь (например, нет другого способа излечить последствия голода, как пи-  
У; %яща);
- при определенных сложных, свободно выбираемых условиях человек предпочтет удовлетворение их (голодающий выберет пищу, а не привязанность семьи и друзей);
- они не активны или функционально отсутствуют у здорового человека.

Мотивы роста называют еще метапотребностями, или бытийными, или Б-мотивами. Они имеют отдаленные цели, связанные со стремлением актуализировать потенциал. Мотивация роста предполагает расширение кругозора человеком. Маслоу (1968, 1987) указывал на ряд метапотребностей в описании самоактуализации людей. Для одного человека важна справедливость, для другого истина, для третьего законность, честность, порядок и т.д.

**МЕТАПОТРЕБНОСТИ, ПО МАСЛОУ**

Метапотребности	Характеристика
Целостность	Единство, интеграция, тенденция к тождеству, взаимосвязанность, простота, порядок
Совершенство	Необходимость, точность, справедливость, неизбежность, правосудие, завершенность
Завершение	Окончание, финал, утверждение, исполнение, судьба, рок
Закон	Справедливость, порядок, законность, незапятнанность
Активность	Процесс, подвижность, полное функционирование, спонтанность, саморегуляция
Богатство	Дифференциация, сложность
Простота	Честность, открытость, сущность, абстракция, основная структура
Красота	Правильность, форма, живость, богатство, целостность, совершенство, завершенность, уникальность, благородство
Доброта	Правота, желательность, долженствование, справедливость, добрая воля, честность
Уникальность	Особенность, индивидуальность, несравнимость, новизна
Ненапряженность	Легкость, отсутствие напряжения, усилий, сложностей, изящество, совершенство
Игра	Забава, удовольствие, развлечение, юмор, изобилие, легкость
Истина, честь, реальность	Открытость, простота, богатство, чистая и незамутненная красота, завершенность, сущность
Самонадеянность	Автономия, независимость, отсутствие необходимости в других для того, чтобы быть самим собой, самоопределение, выход за

Мета потребности	Характеристика
	пределы среды, отдельность, жизнь по своим собственным правилам
<i>Источники:</i> Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 1997. С. 498	

Маслоу считает, что метапотребности, как и дефицитарные потребности, инстинктивны, или имеют биологические корни. Маслоу полагает, что большинство людей не становятся метамотивированными, потому что они отрицают свои дефицитарные потребности, не удовлетворяя тем самым метапотребности.

Таким образом, при рассмотрении взгляда на потребности человека у ряда психологов, видно, что до сих пор нет единой классификации потребностей и что в основу деления каждый автор кладет различные подходы. Чтобы полнее разобраться в этой проблеме, далее проследим подходы, лежащие в основе подразделения потребностей на категории, а также соответствующие этим подходам классификации. Но прежде следует рассмотреть мотивацию и мотивы активности человека, его установки, склонности, а также подходы к пониманию потребностей с различных позиций.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Охарактеризуйте составные компоненты психологических теорий личности.
2. Дайте характеристику основных положений, касающихся природы человека и рассматриваемых психологическими теориями личности.
3. Проследите взгляды на человека и его потребности с позиции психодинамической теории личности З. Фрейда.
4. Раскройте подходы к человеку и его потребностям в индивидуальной теории личности А. Адлера.
5. Осветите взгляды аналитической теории К.Г. Юнга на человека и его потребности.



6. Охарактеризуйте взгляды на человека в Эго-психологии.
7. Раскройте подходы Э. Фромма к пониманию человека.
8. Охарактеризуйте типологию социальных характеров по Э. Фромму.
9. Осветите подходы к пониманию человека и его потребностей в социокультурной теории личности К. Хорни.
10. Приведите характеристику поведенческих стратегий, по К. Хорни.
11. Приведите классификацию невротических потребностей, по К. Хорни.
12. Охарактеризуйте социально-когнитивное направление в теории личности.
13. Приведите категории потребностей, по Дж. Роттеру.
14. Охарактеризуйте компоненты потребностей: потенциал и ценности.
15. Гуманистическая теория личности А. Маслоу. Основные принципы.
16. Осветите понятие о мотивации и иерархии потребностей у А. Маслоу.
17. Дайте характеристику дефицитарным мотивам и мотивам роста, по А. Маслоу.
18. Охарактеризуйте метапотребности, по А. Маслоу.

---

## **Тема 5**

---

### **НАПРАВЛЕННОСТЬ ЛИЧНОСТИ, МОТИВАЦИЯ И МОТИВЫ**

В процессе исторического развития круг того, в чем человек нуждается, расширяется. Испытываемая или осознаваемая че-

ловеком зависимость от того, в чем он нуждается или в чем заинтересован, порождает направленность на соответствующий предмет.

Проблема направленности — это прежде всего вопрос о динамических тенденциях, которые в качестве мотивов определяют человеческую деятельность, сами, в свою очередь, определяясь ее целями и задачами.

Направленность включает два тесно связанных между собой момента:

- а) предметное содержание, поскольку направленность — это всегда направленность на что-то, на какой-то более или менее определенный предмет;
- б) напряжение, которое при этом возникает.

Вопрос о динамических тенденциях человека и порождаемых ими напряжениях как компоненте объяснения психических процессов поставил в современной психологии К. Левин.

При этом выделяются тенденции влечения и тенденции долженствования (С.П. Рубинштейн). Должное в известном смысле противостоит тому, что непосредственно влечет. Должное становится значимым для человека лишь тогда, когда он осознает значимость данной цели, когда она становится для него кровным, личным делом, к которому влечет иногда с силой, превосходящей силу бессознательных влечений.

Из тенденций выделяется установка личности — это занятая ею позиция, заключающаяся в определенном отношении к стоящим целям и задачам и выражающаяся в избирательной мобилизованности и готовности к деятельности, направленной на их осуществление.

Всякая установка — это установка на какую-то линию поведения, и этой же линией поведения она определяется. Смена установки означает преобразование мотивации индивида, связанное с перераспределением того, что для него значимо. Установка включает в себя целый спектр компонентов, начиная с элементарных потребностей и влечений и кончая мировоззренческими взглядами и позициями личности. Установки соотносятся с тен-

денциями. Тенденции, в свою очередь, выступают как стремления, когда намечается не только исходный, но и конечный их пункт. Тенденции как связанные с состояниями напряжения динамические силы, образующиеся в процессе деятельности и побуждающие к ней, заключаются в потребностях, интересах, идеалах.

Существуют различные формы проявления потребностей — влечение лишь одна из них. Это начальный этап в осознании потребности, и само влечение вовсе не обречено на то, чтобы застрять в органической чувствительности, как если бы эта последняя и остальная жизнь сознания были бы друг для друга непроницаемыми сферами. Так, сексуальное влечение становится любовью; потребность человека в человеке превращается в подлинно человеческую потребность. Целый мир тончайших человеческих чувств — эстетических и моральных (восхищения, нежности, заботы, умиления) включается в нее. Любая другая потребность не ограничена влечением, по мере осознания влечение переходит в желание. В процессе развития потребности совершенствуются, утончаются, дифференцируются, появляются новые потребности, не связанные непосредственно с уже имеющимися. Так, у человека возникает потребность в чтении, посещении театра, слушании музыки и т.д.

Во все расширяющемся контакте с окружающим миром человек сталкивается со все новыми предметами и сторонами действительности, и когда в силу тех или иных обстоятельств что-либо приобретает некоторую значимость для человека, оно может вызвать у него интерес.

Интерес — это мотив, который действует в силу своей осознанной значимости и эмоциональной привлекательности и проявляется прежде всего во внимании к чему-либо. У очень импульсивных, эмоциональных, неустойчивых натур бывает, что тот или иной интерес, пока он господствует, интенсивен, активен, но через непродолжительное время один интерес сменяется другим. Устойчивость же интереса выражается в его длительности. Интерес — это направленность внимания, помыслов, поэтому он может вызвать все, что так или иначе связано с

чувством, со сферой человеческих эмоций. Поэтому если специалист сервисной службы в процессе взаимодействия с клиентом, особенно когда он становится постоянным потребителем услуг или товаров данной фирмы, установит не только потребности клиента, но и его интересы, то, удовлетворяя эти интересы, он приобретет лояльного покупателя. В свою очередь, под его влиянием лояльным по отношению к данной фирме может стать и ближайшее окружение данного клиента.

Вместе с тем активность человека невозможно понять, не выяснив источники, побудительные силы, мотивы этого явления.

Активность личности достигает высшей эффективности, когда она оптимально организована и целенаправленна, что обеспечивается принципом доминанты, иерархией мотивов активности личности.

Е.П. Ильин считает, что мотивацией не следует считать любое побуждение, любую детерминацию, он полагает, что при этом нужно отсеять побуждения, связанные с безусловно- и условно-рефлекторным реагированием на внешние стимулы.

Активность человека, по его мнению, следует связывать лишь с волей (участвует она в инициации активности или нет, противоречит активность воле субъекта или не противоречит). Не случайно мотив и волю часто понимают как синонимы.

Таким образом, можно сказать, что мотивом следует считать такую причинную обусловленность поведения, которая связана с внутренними побуждениями человека.

Вместе с тем до настоящего времени существует терминологическая неясность в определении мотивации и мотива. Эти термины порой используются как синонимы.

Так, А.Б. Орлов (1989) под мотивацией понимает процессы детерминации активности человека и животных или формирование побуждений к действию или деятельности.

В.А. Иванников (1985, 1991) мотивацию связывает с потребностями и мотивами, мировоззрениями человека и особенностями его представлений о себе, личностными особенностями и функциональными состояниями, с переживаниями, знаниями о среде и прогнозом ее изменения, с ожидаемыми последствиями и оценками других людей.

В качестве мотива называют самые различные психологические феномены:

- представления и идеи, чувства и переживания (Л.И. Божович, 1968);
- потребности и влечения, побуждения и склонности (Х. Хекхаузен, 1986);
- желания, хотения, привычки, мысли и чувство долга (П.А. Рудик, 1967);
- морально-политические установки и помыслы (А.Г. Ковалев, 1969);
- психические процессы, состояния и свойства личности (К.К. Платонов, 1986);
- предметы внешнего мира (А.Н. Леонтьев, 1971, 1975);
- установки (А. Маслоу, 1954);
- условия существования (В.К. Вилюнас, 1990).

Леонтьев писал, что работы по проблеме мотивации почти не поддаются систематизации. И как же при разноплановости в толковании мотива его формировать?

В зарубежной психологии имеется около 50 терминов мотивации. В связи с таким положением В.К. Вилюнас (1990) высказывает сомнение в целесообразности обсуждения вопроса что такое «мотив». Вместо этого он предлагает сосредоточить внимание на более отчетливом обозначении и описании отдельных феноменов, принимаемых в качестве побудителей активности.

По мнению В.А. Иванникова (1985), термин «мотив» нужно закрепить за устойчивыми образованиями мотивационной сферы в виде определенных потребностей, а для обозначения ситуаций, инициирующих деятельность, использовать термин «побуждение».

В ряде работ мотив рассматривается только как интеллектуальный продукт.

Так, Ж. Годфруа (1994) пишет, что мотив — это соображение, по которому субъект должен действовать. По Х. Хекхаузену



(1985), мотив — это лишь «конструкт мышления», теоретическое построение, а не реально существующий психологический феномен. За мотив он принимает либо:

- 1) потребность (потребность во властвовании, называемая им «мотивом власти», потребность в достижении — «мотив достижения»; либо
- 2) личностные диспозиции (тревожность и др.; либо
- 3) внешние и внутренние причины того или иного поведения (оказание помощи, проявление агрессии).

Противоречия существуют по вопросу, к чему относятся мотивы и мотивации — к действию, к деятельности?

А.Н. Леонтьев писал в 1956 г., что мотив побуждает отдельное, частное действие, в более поздних работах он утверждал, что термин относится только к деятельности. Это утверждение можно считать правомерным, так как каждое действие в составе какой-то деятельности не имеет собственного мотива, хотя это не значит, что эти действия немотивированы. Однако цели деятельности и каждого действия в ней не совпадают.

Согласно же представлениям Р.А. Пилояна (1984), мотив, наоборот, относится к действиям, деятельность же он рассматривает в контексте понятия «мотивация». В этом он солидарен с М.Ш. Магомед-Эминовым (1987), который связывает мотивацию не только с подготовкой деятельности, но и ее осуществлением.

Таким образом, проблема мотивации и мотивов остается остродискуссионной, трудноизучаемой экспериментально, а так как мотивационная сфера является ядром личности, то изучение мотивации человеческого поведения становится насущной задачей науки. Тем более без понимания того, чем же мотивировано поведение потребителя в каждом конкретном случае обращения в сервисные службы, деятельность профессионала в сфере продаж вряд ли будет достаточно успешной и целенаправленной.

## **Потребность как внутренний побудитель активности человека**

Первой работой, специально посвященной потребностям, стала книга Л. Brentano (1921), который определил потребность как «всякое отрицательное чувство, соединенное со стремлением устранить его при помощи удаления вызывающей его неудовлетворенности».

С тех пор появилось много различных точек зрения на ее сущность. К ним можно отнести представления З. Фрейда о влечениях; Г. Холла (1961) о драйве; В.С. Магуна (1978, 1983, 1987) о потребностях как отсутствии блага; Д.А. Леонтьева (1992) как об отношении между личностью и окружающим миром.

Почти все психологи признают за потребностью функцию побуждения активности (деятельность, поведение человека).

### **Понимание потребности как нужды**

Слово «нужда» в словаре С.И. Ожегова (1985) имеет два значения: недостаток необходимого (дефицит) и потребность в чем-нибудь. Близко к этому понятие нужды как надобность.

В психологии нужда чаще всего понимается как дефицит, нехватка чего-то в организме, именно в таком значении она принимается за потребность.

Д.Н. Узнадзе (1966, 1969) пишет, что «потребность» касается всего, что нужно для организма и чем он в данный момент не обладает.

У человека нужда и потребность связаны, но не тождественны.

Так, В.С. Магун (1983), Ю.В. Шаров (1970) и другие отмечают, что потребности человека связаны не только с дефицитом, но и с избытком чего-то вредного для нормального функционирования организма.

Нужда может возникать не только в физиологических ситуациях, но и в отношении психологических раздражителей, воз-

никающих спонтанно, без предшествующего переживания дефицита.

Маслоу называет «дефицитом» те потребности, неудовлетворение которых создает в организме «пустоты», которые должны быть заполнены для сохранения здоровья. Кроме обычных витальных нужд он относит к дефициту нужду в безопасности, любви, уважении, признании. Основным препятствием в понимании нужд, как потребности является понимание ее только как дефицита.

Наиболее распространена точка зрения, согласно которой потребность — это не сама нужда, а ее отражение в сознании человека. Так, К.К. Платонов пишет, что потребность — это психическое явление отражения объективной нужды в чем-либо:

- организма (биологические потребности);
- личности (социальные и духовные потребности).

М.М. Филиппов (1968) также рассматривает потребность как психический образ нужды.

Причем результатом отражения нужды в сознании являются, по мнению разных авторов, различные психологические феномены: ощущения, переживания, напряжение, испытываемая необходимость.

С.Л. Рубинштейн (1946) считает, что формой существования потребности является эмоция. У ряда психологов потребность выступает как деятельность, как напряжение, как состояние, как свойство личности.

## **Потребность как предмет удовлетворения нужды**

Распространен взгляд на потребность как на отражение в сознании человека предмета, который может устранить нужду.

В.Г. Лежнев (1939) писал, что если потребность не предполагает наличие хотя бы в общих чертах того, что ее может удовлетворить, то нет и потребности как психологической реальности.

Многими потребностями считается не только образ предмета, но и сам предмет. При таком толковании потребность выносится за пределы субъекта, такая точка зрения отражает обыденное понимание потребности.

В случае принятия предмета удовлетворенности за саму потребность причина (потребность) и следствие (предмет и ее удовлетворение) поменялись местами. Кроме того, одна и та же нужда может удовлетвориться разными предметами. И если принять эти предметы за потребности, тогда одна и та же нужда превращается сразу в несколько опредмеченных потребностей. В действительности речь должна идти о том, что одна и та же потребность может удовлетворяться разными средствами, которые правильнее рассматривать как цели.

Взгляд на потребность как на предмет приводит к тому, что предмет рассматривается как средство развития потребностей, на самом деле это, конечно, не так (разве можно сказать, что если в доме большая библиотека, то это вызовет желание прочесть все эти книги).

Причем изначально у детей потребности и предметы их удовлетворения еще не связаны, так как дети еще не знают этих предметов, они должны быть найдены.

Связь между потребностью и объектом ее удовлетворения образуется постепенно и условно закрепляется. Образуются своеобразные потребностно-целевые комплексы. Во многих стереотипных ситуациях вслед за появлением нужды и ее осознанием у человека сразу по механизму ассоциации всплывают образы предметов, удовлетворяющих эту потребность ранее, а далее возникает необходимость в действии (так, если возникает потребность в отдыхе, возникают образы отдыха в прошлом, воспоминания о котором положительные). То есть если работник сервисной службы однажды организует отдых клиенту таким образом, что его воспоминания об этом вызовут в памяти только позитивные чувства и образы, то, скорее всего, потребитель обратится за удовлетворением данной потребности вновь в ту же фирму.

Но в ряде случаев такая связь отсутствует даже у взрослых (когда человек чувствует, что ему чего-то недостает, но не пони-

мает чего). То есть предметы удовлетворения потребности не могут быть ее сущностью.

## **Понимание потребности как отсутствия блага. Потребность как ценность**

В.С. Магун считает, что психология понятия потребности сужена, и рассматривает потребность с точки зрения экономической традиции, что позволяет, по его мнению, взглянуть на потребности индивида с позиции потребности других людей, а также социальных систем. Он встал на путь рассмотрения потребностей, который В.Н. Мясищев называл историко-материалистическим, но при этом Магун забывает о предупреждении Мясищева, что такой подход не означает, что потребность не относится к психологической области. Магун рассматривает потребность как отсутствие блага, т.е. предметом потребности он считает отсутствующее благо.

Д.А. Леонтьев считает, что потребность нужно определить через формы деятельности, в которых она реализуется, рассматривать ее как потребность в деятельности, а не в предметах. Обосновывает он это тем, что каждой потребности отвечает не один, а ряд предметов, которые объединяет характер направленной на них деятельности, с другой стороны, один и тот же предмет может относиться одновременно к нескольким потребностям и содержать возможность осуществления нескольких видов деятельности.

Но Леонтьеву можно и возразить, ведь одна и та же потребность может удовлетвориться разными видами деятельности (так, тщеславному человеку не важно, чем заниматься, лишь бы быть на виду). Главное не в том, через что определить потребность — предмет или деятельность, а что такое сама потребность.

Леонтьев считает, что потребность — это соответствующее одному из модусов (разновидностей) жизнедеятельности объективное отношение между субъектами и миром, требующее для своей реализации активности субъекта в форме его деятельнос-



ти. В таком понимании, считает автор, потребность предстает не как негативная характеристика индивида, определяемая через нужду, а как позитивная характеристика, отражающая форму взаимодействия с миром.

М.С. Каган с соавторами (1976) отмечает, что потребность — это отражение объективного отношения между тем, что необходимо субъекту для его оптимального функционирования, и тем, в какой мере он этим реально обладает, это отражение отношения между необходимым и наличествующим.

В.Л. Оссовский (1985) полагает, что отношения между субъектами потребности и окружающим миром могут быть генетически запрограммированы или могут приобретаться в период онтогенетического развития человека. Актуализация этой программы в определенные периоды может приводить к нарушению равновесия системы организм — личность, в результате чего возникают отношения противоречия между субъектом (человеком) и объектом (окружающим миром), между состоянием субъекта потребности и предметом потребности.

Объекты окружающего мира, могущие удовлетворить потребности человека, становятся для человека ценностями.

Например, В.П. Тугаринов (1969) определял ценности как предметы (явления, их свойства), которые нужны (необходимы, полезны, приятны) людям в качестве средств удовлетворения потребностей и интересов.

Попытки ряда авторов (Магун, Додонов, Леонтьев) заменить психологическое рассмотрение потребностей философским или социально-экономическим, подойти к сущности потребностей человека с позиций обобщенности себя не оправдывают.

Целесообразнее, считает Е.П. Ильин, рассматривать не потребности, а потребностные отношения человека с окружающим миром:

$$\begin{array}{ccc} \text{человек} & \leftarrow \text{ потребностные отношения} & \rightarrow \\ & \text{окружающий мир (ценности)} & \end{array}$$

Возникающее же между человеком и окружающим миром (объектами, ценностями) рассогласование (т.е. отсутствие того,

что нужно человеку в данный момент) целесообразно назвать потребностной ситуацией, которая может не отражаться человеком как личностью, не осознаваться. Поэтому потребностная ситуация лишь базис, условие возникновения потребности личности.

Потребностная ситуация может осознаваться как самим субъектом, так и другими людьми (например, врачом, знающим, что нужно ребенку, и т.п.), при этом происходит оценка значимости рассогласования, которое можно определить:

необходимое — наличное = рассогласование

И если устранение рассогласования значимо только для другого человека, то дело может ограничиться советом (врача, педагога, родителя).

Необходимо, чтобы это рассогласование оценивалось личностью как значимое для нее самой, только в этом случае будет возникать побуждение к действию по устранению этого рассогласования.

В философии рассматриваются потребности не только индивида и личности, но и общества.

Принято говорить о присвоении человеком потребностей общества. Так, В.И. Ковалев (1988) писал, что возникновение у человека потребностей связано с «присвоением», принятием им нужд общественного развития.

Например, потребность в труде возникает не только вследствие необходимости удовлетворения собственных материальных потребностей, но и в связи с важностью труда каждого человека для общества. Это «присвоение» происходит через понимание человеком его потребностных отношений с обществом, окружающим миром, его зависимости от них и одновременным осознанием своей роли как создателя, способствующего развитию общества.

## **Потребность как состояние**

Довольно большое число психологов рассматривают потребность как состояние, в частности, как состояние напряже-

ния (И.А. Джидарьян, В.Н. Мясищев, П.А. Рудик и др.). С этим нельзя не согласиться, так как появление нужды говорит об изменении в состоянии организма и личности. Но достаточно ли сказать, что потребность — это специфическое состояние организма и личности? Б.И. Додонов полагал, что потребностное состояние — это еще не потребность, так как не является первоисточником активности человека. С его точки зрения, это состояние показатель того, что удовлетворение потребности натолкнулось на трудности. Это состояние заставляет искать причину «страдания», выяснить, чего человеку не хватает.

Болгарский философ Любен Николов писал, что тот, кто принимает, что потребность имеет место только тогда, когда организм находится в состоянии нарушенного равновесия (т.е. когда возникает потребностное состояние), тот должен принять, что с выходом организма из этого состояния исчезает и потребность. Но разве можно утверждать, что после утоления (например) голода потребность в пище перестает быть присущей организму? Удовлетворение потребности еще не есть ее отсутствие.

Сходную позицию занимал Д.А. Леонтьев (1992), считая, что, приняв потребностное состояние за потребность, нельзя говорить о потребностях, которые не проявляются «здесь и теперь» (латентные). Получается, что если потребность латентная, то ее как бы и нет. Но ведь если спросить у взрослого человека, какие у него потребности, то он перечислит с доброй десяткой, отнеся к ним и те ценности, которыми хотел бы обладать. Было бы наивно отрицать, что человек как биологическое и социальное существо является носителем потребностей, которые в данный момент не актуализированы, но возникают время от времени.

Человек обладает физиологическими и психологическими механизмами реагирования на нужду и долговременной памятью на пережитые потребности (в ней хранятся представления о потребностях). Поэтому потребности «латентные» (Д.А. Леонтьев) или «потенциальные» (В.С. Магун) есть не что иное, как знание о появляющихся потребностях («знаемые потребности»), т.е. правильнее говорить не о «латентных» и «потенциальных» потребностях, а о «знаемых» потребностях.

Близкое к этому разделение потребностей имеется у Ш.Н. Чхартишвили (1988), который различает два понятия: потребность и идею потребности. Потребность у Чхартишвили — это динамическое состояние данного момента, конкретной личности. Идея же потребности — это знание, отражающее потребность вообще, поэтому она доступна не только тому, кто фактически имеет эту потребность, но и тому, кто ее непосредственно не переживал. Обладание идеей потребности, пишет Ш.Н. Чхартишвили, не означает наличие самой потребности. Идея потребности лишена энергии, нужной для возбуждения деятельности индивида.

Очевидно, следует различать словосочетания:

1. «испытывать (ощущать) потребность» (А. Пьерон пишет, что это означает, в сущности, нехватку чего-либо);
2. «иметь потребность» (не осознавая ее);
3. «быть обладателем потребности», т.е. ее носителем (наподобие того как человек обладает разумом, способностями, психическими функциями и т.д., которые в данный момент вовсе не обязательно актуализированы).

Следует иметь в виду, что для человека именно потребность является побудительной силой, детерминирующей его активность (прежде всего психическую).

Кроме того, смысл организации человека как живого существа состоит не в том, чтобы всегда все было (пусть даже в латентном состоянии, наподобие тлеющих углей, которые стоит только раздуть, чтобы получить пламя, а в том, чтобы в определенный момент это нужное появилось, самоорганизовалось). Недаром И.П. Павлов говорил, что организм человека и животных — это самоорганизующаяся система.

## **Потребность личности как системная реакция**

Итак, мы рассмотрели следующие положения о сущности потребности:

- 1) потребность тесно связана с нуждой, понимаемой в широком смысле как нужность, желанность чего-то, а не только дефицит чего-то;
- 2) из потребности личности нельзя исключить потребностное состояние, отражающее возникновение нужды и служащее сигналом для человека о необходимости удовлетворения возникшего желания;
- 3) возникновение потребности личности является механизмом, запускающим активность человека на поиск и достижение цели, которая может удовлетворить эту потребность;
- 4) необходимо разделять понятия «потребность организма» и «потребность личности» — это обусловлено следующими обстоятельствами:
  - а) не всякая нужда организма осознается человеком и превращается в побуждение (например, нужда в витаминах). Поэтому часть нужд организма может не переходить в потребность личности;
  - б) осознаваемые органические потребности (называемые биологическими) — в пищевых веществах, в кислороде и т.п. — отражаются в сознании человека не только в виде ощущений («сосание под ложечкой» при голоде), но и как переживание в виде желания разрядить это напряжение, а порой и усилить, если оно связано с положительными эмоциями.

Потребность личности — это чаще всего трансформированная в переживание и желание нужда.

Человек испытывает нужду не в белках, жирах, углеводах, а в пище, притом приготовленной определенным образом.

Различия между нуждой (биологической потребностью) и потребностью личности представлены в табл. 4.

Потребность личности — это отражение в сознании нужды (нужности, желанности чего-то в данный момент), часто переживаемое как внутреннее напряжение (потребностное состояние) и побуждающее психическую активность, связанную с целеполаганием.



**ВИДЫ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА**

Потребности организма (нужды)		
Неосознаваемые (неощущаемые)	Осознаваемые (ощущаемые, биологические)	Осознаваемые (понимаемые) социальные
	Потребности личности	
Источник: Е.П. Ильин. Мотивация и мотивы. СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 2000. С. 36		

Уточняя данное определение, следует учесть, что нужду необходимо понимать не только как дефицит чего-то, но и как желание овладеть чем-то привлекательным, необходимым для достижения каких-либо целей объектом, или же как желание устранять неприятное ощущение или переживание (либо усиливать их, если они приятны, т.е. следует помнить, что потребность может быть связана и с положительными эмоциональными переживаниями). В таком случае желанием будет продолжение потребности («Я хочу, чтобы лето не кончалось...»). Кроме того, в этом определении потребности говорится о побуждении психической активности, а не деятельности или поступков. И это важно, так как потребности могут быть пассивными, не приводящими к каким-либо результативным действиям (например, вы желаете, чтобы победила любимая команда; хотите кому-то понравиться; имеется потребность в уважении, любви других людей). И хотя эти потребности пассивны, так как человек может хотеть, но не предпринимать для достижения потребности никаких действий, тем не менее они также вызывают психическую активность человека (переживания, мечты).

### **Вторичные потребности личности**

Итак, кроме базовых (первичных) потребностей человека, есть вторичные — потребности в знаниях, умениях, средствах.

А. Пьерон и К. Левин называли их квазипотребностями. По сути, это социальные потребности.

Д.В. Колесов (1991) отмечал, что с годами у человека формируется потребность (привычка) в определенном способе удовлетворения первичных биологических потребностей и самостоятельная потребность в предметах, функционирующих в качестве средства по отношению к другим биологически значимым предметам. Это может быть, например, привычка к определенной сервировке стола, определенной одежде и т.п.

При этом к первичным потребностям прибавляется эстетическая сторона потребления, которая со временем может стать самостоятельной эстетической потребностью (И.А. Джидарьян, 1976). Вторичные потребности не заменяют первичных, а придают им эстетический облик. Эстетические потребности базируются на первичных: в получении удовольствия, в новизне, в познании.

Вторичные потребности вместе с первичными побуждают активность человека. Так, потребность в красивой сервировке стола не имеет значения при отсутствии потребности в пище; потребность в красивом платье без потребности в получении эстетического удовольствия или удовлетворения самолюбия и т.д.

То есть мотивация даже сложных форм человеческой деятельности, по мнению А. Пьерона, Е.П. Ильина, сводима к первичным психическим или психофизиологическим причинам. Сложность решения вопроса о вторичных потребностях и их связи с первичными (базовыми, природными) состоит в том, что последние еще не изучены во всем их многообразии. Часто базовые, но осоциализированные потребности принимаются за вторичные. На самом деле они лишь надстройка над базовыми, чем дальше она отстоит от своего фундамента, тем более она социализированна.

Ильин сравнивает процесс порождения все новых социальных потребностей с разветвлением большой полноводной реки на разные рукава (реки). Эти реки могут иметь разные названия, но исток у них один.

## **Индивидуальные особенности потребностей**

У разных субъектов потребности выражены по-разному. Для биологических потребностей значимыми оказываются типы телосложения, темперамента, конституции, которые в конечном итоге связаны с интенсивностью обменных процессов в организме.

Так, пикникам в силу интенсивности их обменных процессов требуется частое употребление пищи, астеники же состояние голода переносят легче. Пикники более чувствительны и к отсутствию воды. При нормальном пищевом и водном режиме астеники более чувствительны к тепловому режиму.

Потребность в движении более актуальна для людей атлетического телосложения, чем для астеников и тем более пикников. Поэтому гипокинезия больше влияет на самочувствие и состояние людей быстрых, подвижных, чаще это атлетики или астеники. Пикники же предпочитают «обездвиженность», она для них более комфортна, чем физические нагрузки. По данным Н.П. Фетискина (1979) и Е.А. Сидорова, выявлена связь потребности в двигательной активности с типологическими особенностями нервной системы: у лиц с сильной нервной системой и преобладанием возбуждения эта потребность больше, чем у лиц со слабой нервной системой и преобладанием торможения.

Имеются и гендерные различия в выраженности биологических потребностей. Отсутствие пищи, воды хуже переносят мужчины. У них чаще потребность в риске, соперничестве, власти. У женщин же более выражена потребность в общении, власти, заботе о других.

### **Потребность как мотив**

Итак, как мы уже говорили, взгляды на сущность мотива у психологов расходятся, мотив они рассматривают как побужде-

ние, как потребность, цель, намерение, свойства личности, состояния.

Принятие потребности за мотив происходит прежде всего потому, что она объясняет в значительной степени, почему человек хочет проявить активность. Потребность объясняет, откуда берется энергия для проявления активности.

1. Как только субъект переходит в состояние потребностного напряжения (драйва, нужды), начинается активность организма с тратой энергии.
2. Чем выше напряжение потребности, тем интенсивнее побуждение.

Поэтому в случае, когда условия не позволяют удовлетворить потребность, энергия должна возрастать и проявляться во все увеличивающейся активности субъекта. Такое представление о детерминации активности господствовало в психологии до 50-х годов XX столетия. В 50-е годы Д. Кемпбелл и Ф. Шеффилд (1953) высказали предположение, что потребностное напряжение не влияет на изменение активности, а вызывает лишь снижение порога ответа на внешние стимулы. Ж. Нюттен (1975) высказал мнение, что активность, вероятно, никогда не является «ненаправленной».

Возникновение потребности не может объяснить целенаправленную активность животных и человека, выбор того или иного способа (предмета и действия) удовлетворения потребности. Кроме того, было установлено, что исследовательское и манипулятивное поведение животных наблюдается и при отсутствии «первичных» потребностей, а актуализация последних не обязательно снижает исследовательскую активность (Р. Батлер, Х. Харлоу, 1954). Была сделана попытка объяснить такое поведение врожденной потребностью нервных тканей в исследовательском поведении (Р. Вудвортс, 1918). Хебб (1949) высказал гипотезу о нужде организма в оптимальном уровне активации нервной системы, которая достигается при различных проявлениях активности: исследовательской, манипулятивной, игровой, познавательной. Но эта гипотеза не получила полного под-

тверждения, и ряд ученых (Х. Харлоу, К. Монтгомери, 1953) выдвинули гипотезу о «внешне вызванном драйве». Под этим термином понимается потребностное напряжение, которое вызвано не внутренним состоянием организма, а внешними причинами. Но ряд авторов считают, что и это мало что проясняет, так как, например, в отношении исследования поведения драйв не выполняет функции побуждения.

Не избавляет от трудностей и постулирование потребности на «психическом уровне», например «потребности в компетентности» (Е. Деси, 1976), мотивирующей игровую, исследовательскую, познавательную деятельность. Так, с позиции этой потребности достаточно трудно объяснить, почему в каждый отдельный период времени человек не во всем хочет быть компетентным, а его потребность «предпочитает» определенный круг вещей и не затрагивает тысячу других, в следующий же период времени она переходит на другой, тоже ограниченный круг вещей. Таким образом, эта потребность не поможет объяснить ни предпочтений, ни их смен, а значит, предсказать, что, как и когда будет делать субъект.

Е.Н. Баканов, В.А. Иванников, сделав обзор литературы (в основном зарубежной), установили, что дефицит сам по себе не вызывает активности, а в процессуальной деятельности (игровой, исследовательской и т.д.) вообще не удастся найти дефицита. В этих потребностях ученые не находят усиления драйва по мере нарастания депривации, а также феномена насыщения (редукции потребности по мере ее удовлетворения), т.е. в данных случаях отсутствуют характерные для потребностей черты. В связи с этим ученые отмечают крайнюю ограниченность наших знаний о многообразии потребностей, ведь, даже признав за потребность функцию побуждения деятельности, невозможно объяснить весь мотивационный процесс, почему выбирается этот объект, а не другой, почему потребность удовлетворяется с помощью этой активности, а не иной.

В результате А.Р. Лурия игнорирует роль потребностей в активации поведения, а приписывает эту роль мышлению и речи: «Источником активности человека служат планы, перспективы,



программы, формирующиеся в процессе сознательной жизни людей; они социальны по своему происхождению и осуществляются при ближайшем участии сначала внешней, а потом и внутренней речи. Всякий сформированный в речи замысел вызывает целую программу действий, направленных к достижению этой цели» (1978).

Вместе с тем П.В. Симонов впадает в другую крайность, считая, что потребности — движущая сила поведения человека, и отождествляя их с мотивами. На этих же позициях стоит Д.В. Колесов (1991), считающий, что движущей силой психики являются потребности. Связи организма с внешней средой он называл потребностными связями. Эти связи, по его мнению, могут иметь разную степень напряженности (активность и покой, возбуждение и торможение). Он вводит понятие потребностного цикла как структурно-функциональной единицы жизнедеятельности. Начало потребностного цикла знаменуется возникновением в организме дефицита веществ, энергии, информации. Это приводит к возникновению потребностного напряжения, которое в отношении к последующей деятельности становится потребностным побуждением. При удовлетворении потребности, т.е. овладении предметом потребности и его использовании, заканчивается потребностный цикл. Д.В. Колесов говорил о ядре потребности, состоящем из модели потребностного результата — МПР и генератора потребностного возбуждения (побудительная активность). Исходящее из генератора возбуждение побуждает исполнительную систему к деятельности (к воздействию на определенный объект окружающей среды). Информация о полезном результате проходит через МПР, играющую роль фильтра, к ядру потребности и ведет к торможению генератора, т.е. к угасанию потребностного возбуждения, деятельность исполнительной системы на время прекращается. Автор рассматривает три варианта приведения в действие генератора.

1. Возбуждение в нем возникает спонтанно, как результат дефицита, появляющегося в ходе обмена веществ. При этом возбужденный генератор (гипоталамус) не только «запускает» потребностный цикл, но и повышает чув-

ствительность детектора к имеющимся в окружающей среде полезным веществам.

2. Возбуждение в нем возникает вследствие внешнего воздействия значимого объекта.
3. Совмещение спонтанно возникающего возбуждения с воздействием на детектор полезного объекта. Так, это свойственно потребности в продолжении вида (современные девушки, чтобы возбудить потенциальных партнеров, используют различные методы, в частности, сексуально возбуждающую одежду и др.).

Соотношения между потребностями и мотивами можно систематизировать:

- 1) между потребностью и мотивом возможны далекие, опосредованные отношения;
- 2) потребность дает толчок к возникновению мотива;
- 3) потребность преобразуется в мотив после опредмечивания, т.е. после нахождения предмета, могущего ее удовлетворить;
- 4) потребность — часть мотива (В.А. Иванников, например, считает, что если побуждение принять за мотив, то частью этого побуждения становится потребность);
- 5) потребность и есть мотив (Л.И. Божович, А.Г. Ковалев, К.К. Платонов, С.Л. Рубинштейн и др.).

Вместе с тем отождествить мотив с потребностью не позволяет ряд обстоятельств:

- во-первых, потребность не полностью объясняет причину конкретного действия или поступка (одна и та же потребность может быть удовлетворена разными средствами и способами);
- во-вторых, мотив-потребность отделяется от идеальной (представляемой человеком) цели, поэтому неясно, почему мотив имеет целенаправленность. Так, Леонтьев

том, могущим снять напряжение, человек начинает действовать, стремясь к этому объекту. При этом автор оказывается на позиции бихевиоризма, который рассматривает детерминацию поведения по типу стимул-реакция (S-R), когда потребность как бы совсем и не нужна.

Более справедливо высказывание И.М. Соченова: «...жизненные потребности родят хотения, и уже эти ведут за собой действия, хотения будут тогда мотивом или целью, а движения — действием или средством достижения цели... Без хотения как мотива или импульса движение было бы вообще бессмысленно» (1952). Предметы могут обладать силой привлекательности, но это, скорее, характеристика стимула, а не мотива. В связи с представлением о мотиве как о предмете говорят о роли мотива в формировании потребностей, а не о роли потребностей в формировании мотива, т.е. процесс мотивации ставится с ног на голову.

### **Мотив как побуждение**

Еще с прошлого века так трактовался мотив многими психологами, поэтому говорить о «побудительных» мотивах — все равно, что сказать «масло масляное»: мотив всегда побуждает что-либо делать или не делать. Следует обратить внимание на то, что не строгость в терминах привела к тому, что мотив стал пониматься как любая причина, вызывающая побуждение, т.е. мотивами стали стимулы, а «побудитель» и «побуждение» стали синонимами.

Биологи, физиологи и психологи-бихевиористы за мотив в основном принимали внешний стимул. Олпорт справедливо отмечает, что в качестве объектов, побуждающих деятельность человека, могут выступать и отсутствующие (представляемые) объекты. То есть побудителей поведения может быть много, но не все они могут быть отнесены к мотивам. При этом возникает вопрос, что может служить критерием различения мотивационных и немотивационных детерминант.

В западной психологии решением этого вопроса является различение способа (как) и причины (почему) поведения: к мотивации относят только причины. При этом считается, что мотивация отвечает за стратегическую направленность поведения на цель, а способ поведения, его тактическая реализация определяется не причиной, а опытом, научением. Вместе с тем, как отмечал В.К. Вилюнас (1990), отдельные механизмы мотивации отвечают именно за способ поведения, т.е. за то, как делается. С.Л. Рубинштейн писал: «Мотивация — через психику реализующая детерминация. Большинство отечественных и зарубежных психологов считают, что мотив — это не любое возникшее в организме человека побуждение (понимаемое как состояние), а внутреннее осознанное побуждение, отражающее готовность человека к действию или поступку. Таким образом, стимул вызывает (побуждает) действие или поступок — внутреннее осознанное побуждение, принимаемое многими психологами в качестве мотива. В то же время ряд психологов (в частности А.А. Файзуллаев, 1985, 1987, 1989) не сводят мотив к побуждению и даже, более того, отделяют мотив от побуждения.

### **Соотношение между мотивом и побуждением у разных авторов**

*мотив → побуждение → действие* (Х. Хекхаузен)

*побуждение (мотив) → действие* (В.И. Ковалев)

*побуждение → мотив → действие* (А.А. Файзуллаев)

Ограниченность этих схем очевидна, так как если оторвать побуждение от мотива, то он теряет побудительную силу. Но в то же время свести мотив только к побуждению также нет достаточных оснований.

Во-первых, побудительностью обладает и потребность, причем побуждения можно рассматривать как состояние внутреннего (потребностного) напряжения — состояние, одинаковое для разных мотивов.

Во-вторых, побуждение не раскрывает содержательную сторону мотива, не объясняет причину и смысл проявляемой человеком активности (если, конечно, не принимать, как В.И. Ковалев, за побуждение сам мотив). Например, побуждение к занятиям спортом может быть сначала обусловлено необходимостью укрепления здоровья, затем получением удовольствия от процесса, потом — стремлением достигнуть высот в спорте (так и стремление к отдыху может быть обусловлено желанием, потребностью в сохранении и укреплении здоровья, с одной стороны, а с другой — приобретением новых знакомств, занятием любимыми увлечениями, т.е. получением удовольствия от общения, от реализации своих интересов, устремлений).

Таким образом, само побуждение не может дать ответа на вопросы — почему, для чего, из-за чего.

В-третьих, мешает принятию побуждения за мотив и то, что у человека имеются поступки, связанные с обоснованным (мотивированным) отказом что-либо делать, т.е. в соответствии с мотивом можно не только действовать, но и бездействовать. Такие мотивы называются отрицательными.

Признавая в большинстве случаев за мотивом побудительную силу, психологи различаются во взглядах на истоки побудительности.

Одни считают, что побуждение берется от потребности, другие — от предмета ее удовлетворения. Кроме того, сама роль побуждения рассматривается по-разному. У одних — это побуждение к действию, у других — то, что побуждает к постановке целей. В ряде случаев побуждение подменяется его причинами: идеалами, ценностными ориентациями, потребностями, целями, интересами.

Существуют также следующие точки зрения на мотив.

- **Мотив как намерение** (К. Левин, Л.И. Божович и др.). Отмечается, что намерения возникают на базе потребностей, которые не могут быть удовлетворены прямо, а требуют ряда промежуточных действий, не имеющих собственной побудительной силы, или же когда цель деятельности отдалена, ее достижение отсрочено. При этом намерение яв-



ляется результатом влияния потребности, с одной стороны, и интеллектуальной активности — с другой. Таким образом, признание за намерением побудительной силы указывает на его связь с мотивацией и мотивом.

Но намерение не раскрывает первопричину поступка или действия, а в ряде случаев, когда цель, выбираемая человеком, отдалена по времени, не содержит и побуждения.

- **Мотив как устойчивые личностные проявления** (М. Мадсен, 1959; Дж. Аткинсон, 1964; К.К. Платонов, В.С. Мерлин, М.Ш. Магомед-Эминов). Однако принятие свойств личности за мотив тоже не решает проблемы, так как многие личностные свойства скорее являются потребностями, например, стремление к деятельности, к наслаждению, к новым впечатлениям, к самосохранению, самоуважению, знаниям, творчеству.

- **Мотив как состояние** (Философский энциклопедический словарь — 1983; Р.А. Пилюян, 1984; Дж. Гилфорд, 1956). Е.Р. Хилгард (1957) прямо пишет, что мотивом является любое состояние организма, которое имеет влияние на начало или продолжение определенного поведения.

Е.П. Ильин считает, что свести мотив к состоянию также неправомерно, как принять за мотив нужду.

- **Мотив как формулировка** (К. Обуховский, 1972). Он считает, что мотив — это формулировка цели и средств. Он сужает понятие мотива, не включая в него побудительные факторы, связанные с состоянием напряжения, возникающим при потребностях.

## **Мотивация, обусловленная потребностями личности**

В случае биологических потребностей личности этапы формирования мотива следующие:

**1-й этап — формирование первичного (абстрактного) мотива.** Этот этап состоит из формирования потребности и побуждения к поисковой активности. Для того чтобы нужда превратилась в потребность личности, надо, чтобы человек сделал значимой для себя ее ликвидацию.

**2-й этап — поисковая активность.** При этом:

- а) нужда должна быть осознанна (т.е. чтобы появилось чувство голода, жажды и т.п.);
- б) чтобы это чувство по интенсивности достигло порога, за которым начинается беспокойство, т.е. чувство переживается как неприятное;
- в) переживание порождает состояние напряжения и аффективное стремление избавиться от него, восстановить равновесие.

Причем вначале у человека появляется лишь обобщенный образ удовлетворения потребности, т.е. абстрактная цель, без ее конкретизации (хочу пить, есть, не задумываясь, что конкретно хочу пить или есть).

Поисковая активность может быть внешней или внутренней.

- Внешняя осуществляется человеком, если он попадает в незнакомую обстановку, не обладает необходимой для принятия решения информацией и должен заняться поиском во внешней среде реального объекта, который мог бы удовлетворить имеющуюся потребность.
- Внутренняя поисковая активность связана с мысленным анализом и выбором конкретных предметов удовлетворения потребностей. Аристотель писал: «Движет то, чего хочется, и благодаря этому приводит в движение рассудок, так как желаемое представляет исходную точку для практического ума». С.Л. Рубинштейн писал, что мотив формируется по мере того, как человек учитывает, оценивает, взвешивает обстоятельства, в которых он находится, и осознает цель; из отношения к ним и рождается мотив в его конкретной содержательности, необходимой для реального действия.

Задачи второго этапа мотивационного процесса в случае удовлетворения личностных потребностей:

- 1) определение субъективной вероятности достижения успеха при различных способах поведения и деятельности;
- 2) предвидение (прогнозирование) последствий выбираемого для достижения цели пути.

При этом могут учитываться реакции других людей на ваши действия, нравственные критерии поступков. В мотивации может быть несколько причин, побуждений, поэтому ее правильнее рассматривать как совокупность и последовательность ряда причин.



Рис. 1. Факторы, учитываемые субъектом при определении вероятности достижения успеха

Источники: Е.П. Ильин. Мотивация и мотивы. СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 2000. С. 80

**3-й этап — выбор конкретной цели и формирование намерений.** В случае, когда конкретная цель не поставлена, мотивы называют недействительными (А.Н. Леонтьев). Ильин с этим не согласен, по его мнению, первичный мотив действителен потому, что вызывает у человека поисковую активность.

Безусловно, первопричиной деятельности человека, его поступков являются потребности (правда, люди не всегда это понимают). Но вместе с тем нельзя отрицать и роль мышления в активности человека, ведь именно она, по существу, определяет, будет удовлетворяться потребность или нет, т.е. роль потребности велика в придании энергии мотиву, в осознании нужды, но в направлении энергии по определенному руслу большее значение имеют мышление и воля человека. То есть третья стадия формирования мотива — выбор конкретной цели и формирование намерения ее достичь.

После рассмотрения различных вариантов удовлетворения потребности человек должен на чем-то остановиться, выбрать конкретную цель и способ ее достижения.

О цели говорят как о структурном психологическом образовании (Ф. Хоппе), как об осознанном образе будущих результатов (О.К. Тихомиров, 1977), как о сложном многокомпонентном образе того, что человек хочет достичь. Цель характеризуется не только содержанием (чего хочу), но и уровнем качества (какой результат нужен — высокий, низкий). Поэтому ее выбор определяется имеющимся у человека уровнем притязаний. Субъективная трудность достижения цели определяет степень мобилизации человека, его старания, терпеливость, настойчивость. Уровень притязаний определяется имеющейся у человека установкой (потребностью в достижении успеха или избегания неудач). При этом важно учитывать тип решимости человека. У. Джемс выделяет:

- 1-й тип, связанный со страхом и печалью, парализующими легкомысленные фантазии и побуждающими к серьезным поступкам;
- 2-й тип, когда у человека нет разумного основания к действию, и оно побуждается усилием воли.

Лица с первым типом правильнее оценивают свои возможности, обладают адекватным уровнем притязания. Люди второго типа имеют завышенную или заниженную самооценку, обладают неадекватным, завышенным или заниженным уровнем притязаний.

Таким образом, на третьей стадии формирования мотива возникает намерение достичь цели, побуждения воли, выражающееся в сознательном, преднамеренном побуждении к действию. С формированием этого побуждения заканчивается формирование конкретного мотива. То есть побуждение — лишь часть мотива.

Мотив — это системное образование, а побуждение — это его энергетическая сторона, состояние готовности начать действия. Дж. Роттер (1954) обозначает его как потенцию действия, а Л. Фестингер (1957) как мотивационное давление. В мотиве происходит сознательное отражение будущего на основании использования опыта прошлого.

Однако намерение и побуждение — не одно и то же. Намерение — это замысел, предположение сделать что-нибудь. Намерение может быть и без побуждения, например, когда человек намерен что-то не делать, или же при наличии намерения у человека может не хватить решимости осуществить задуманное, т.е. он не сможет проявить силу воли.

Итак, мы изучили взгляды ученых на мотивированность поведения человека в реализации его потребностей. Далее рассмотрим существующие подходы к классификации потребностей.

## **Контрольные вопросы и задания**

---

1. Дайте характеристику понятию «направленность личности».
2. Охарактеризуйте понятия «установка личности» и «интерес».
3. Проследите взгляды ученых на мотивы и мотивацию поведения человека.



4. Дайте определение понятию «потребности» как побудителя активности человека.
5. Дайте характеристику понятию «потребности» как нужды и предмета ее удовлетворения.
6. Проследите понимание потребности как отсутствия блага и как ценности.
7. Рассмотрите потребность как состояние и как системную реакцию.
8. Охарактеризуйте вторичные потребности человека.
9. Охарактеризуйте потребность как мотив. Проследите соотношение между ними.
10. Рассмотрите понятие «мотив» как побуждение, как цель удовлетворения потребности.
11. Охарактеризуйте этапы мотивационного процесса.

---

## **Тема 6**

---

### **ПОНЯТИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ**

В современном естествознании термин «потребность» имеет несколько значений.

«Потребность — в самом общем значении этого слова — существенное звено в системе отношений любого действующего субъекта, это определенная нужда субъекта в некоторой совокупности внешних условий его бытия, притязание к внешним обстоятельствам, вытекающее из его сущностных свойств, природы» (*Здравомыслов А. Г. Потребности, интересы, ценности. М., 1986. С. 12*). В таком качестве потребность выступает как причина деятельности (шире — как причина всякой жизнедеятельности). Этимология данного понятия такова, что оно распрост-

раняется на весь мир органической и социальной жизни, как бы указывая на естественную связь между этими двумя высшими формами движения материи. Именно этим обстоятельством объясняется многогранность понятия «потребность».

Более развернутое значение этой категории связано с конкретизацией представлений о субъекте деятельности, т.е. носителе потребности. В качестве носителя могут выступать:

- биологический организм;
- человеческий индивид;
- сообщество людей (семья, род, племя, народ);
- социальная группа или социальный слой (класс, нация, сословие, поколение, профессиональная группа).

Специфика социологического анализа проблемы потребностей заключается в выяснении взаимоотношений между выделенными здесь социальными субъектами. Перекрещивание потребностей этих субъектов, совпадение между ними, их объединение, сходство и конфронтация образуют сложную систему. Мера «материальности» или «духовности» потребностей, степень их обобщенности, их «приземленность» или «возвышенность» определяются не только свойствами субъекта, но и предметом потребности.

Потребность есть свойство всего живого, выражающее первоначальную исходную форму его активного, избирательного отношения к условиям внешней среды. Потребности организма динамичны, взаимозаменяемы, цикличны. Потребности живого организма — это биологические потребности, нас же более будут интересовать социальные потребности. Особенность потребности как исходного внутреннего стимула состоит в том, что на этом уровне наблюдается зависимость субъекта от определенного круга внешних условий. Посредством удовлетворения потребностей внешние условия переходят внутрь, условия формируют потребность, а она, в свою очередь, замыкается на данных внешних условиях. Потребность связана с деятельностью человека, и эта связь носит двусторонний характер: потреб-

ность стимулирует деятельность, но и сама деятельность становится предметом потребности. Кроме того, деятельность вызывает формирование новых потребностей, так как она нуждается в средствах, необходимых для ее осуществления. Орудия и средства труда становятся объектом потребностей.

Потребности соответствуют духу времени, в одни эпохи это дух предпринимательства, в другие — дух отчаяния и недовольства, в третьи — дух оптимизма, коллективизма, веры в будущее.

Понятие «потребность» обобщает нужды людей, их стремления, притязания, требующие постоянного удовлетворения. Без удовлетворения этих потребностей на уровне, задаваемом культурными и историческими стандартами, невозможна жизнедеятельность общества, невозможно общественное воспроизводство. При развитии систем производства — средств транспорта, радио, телевидения, телефона и т.д. насущными становятся потребности в общении, перемещении, образовании, информации и т.д. Общество, не заботящееся о воспроизводстве и развитии человеческих потребностей, деградирует. Потребности личности и другие стимулы ее поведения формируются не только под влиянием ее социального положения, но и под воздействием всего образа жизни, духовной культуры общества, социальной психологии различных общественных групп.

## **Классификации потребностей**

Все потребности классифицируются в зависимости от критерия, положенного в основу классификации на различные группы:

- материальные — духовные;
- индивидуальные — групповые;
- производственные — непроизводственные;
- рациональные — нерациональные;
- текущие — ожидаемые;
- реальные — идеальные;
- жизненно важные — второстепенные;

- традиционные — новые;
- постоянные — временные;
- возвышенные — низменные.

Чаще всего потребности делятся по происхождению на биогенные (первичные) и социальные (вторичные).

К числу **первичных** относятся потребности в самосохранении, т.е. пище, воде, отдыхе, сне, тепле, сохранении здоровья, воспроизведении потомства и др.

К вторичным потребностям относятся потребности в самоутверждении, общении, различных достижениях, дружбе, любви, знаниях, саморазвитии, творчестве, самовыражении. Все потребности человека (первичные и вторичные) 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, так как именно потребности человека являются основами формирования его ценностей.

Многообразие человеческих потребностей обусловлено многогранностью человеческой природы, а также разнообразием условий (природных и социальных), в которых они проявляются. Трудность и неопределенность выделения устойчивых групп потребностей не останавливает многочисленных исследователей в поисках наиболее адекватной классификации потребностей. Но мотивы и основания, с которыми подходят различные авторы к классификации, совершенно разные. Одни основания у экономистов, вторые — у психологов, третьи — у социологов. В итоге каждая классификация оригинальна, но узкопрофильна, не пригодна для общего употребления. Так, например, польский психолог К. Обуховский насчитал 120 классификаций. Сколько авторов, столько и классификаций. П.М. Ершов в книге «Потребности человека» считает наиболее удачными две классификации потребностей: Ф.М. Достоевского и Гегеля. Достоевский делил множество интересов и потребностей людей по усложнению их содержания на три группы:

1. Потребности в материальных благах, необходимые для поддержания жизни.
2. Потребности познания.
3. Потребности всемирного объединения людей.

Гегель делил потребности на четыре группы:

1. Физические потребности.
2. Потребности права, законов.
3. Религиозные потребности.
4. Потребности познания.

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

Очевидно, что все категории 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 может быть представлен временем, которое тот или иной индивид затрачивает на удовлетворение потребностей в пище, одежде, жилье, безопасности (принято считать эти затраты времени примерно равными 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 целей.

При этом такие **потребности достижения целей жизни, как материальные**, считаются нормой для каждой группы населения, если уровень их удовлетворения равен базовому. При пре-



вышении базового уровня потребности могут выступать как потребности в роскоши.

**Социальные потребности** также можно разделить на две группы:

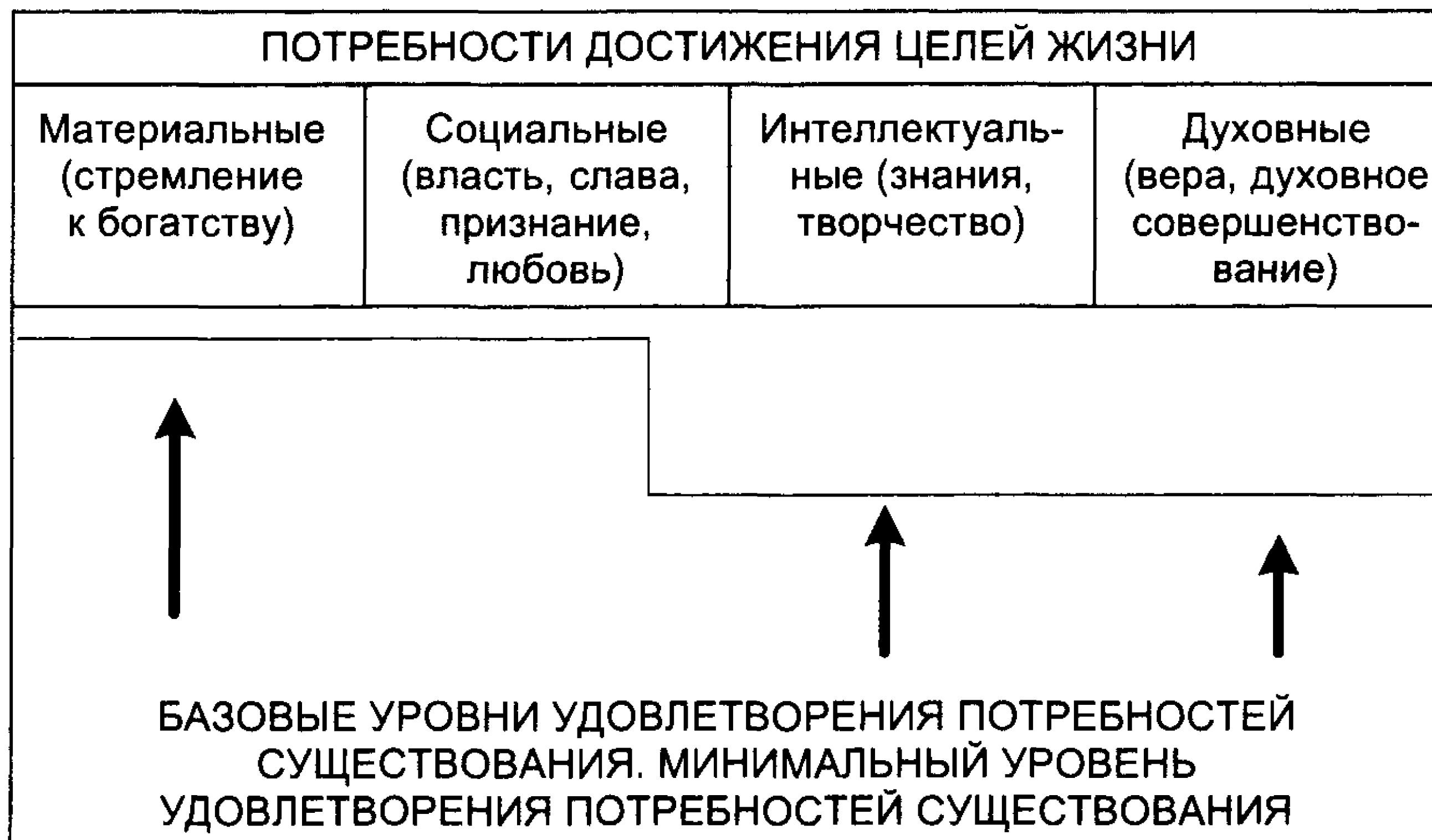
- преимущественно эгоистические (потребность в славе, власти, признании, уважении и др.);
- преимущественно альтруистические (потребность в благотворительности, любви к детям, родителям, к другим людям).

**Интеллектуальные потребности** — это потребности в знаниях, творчестве.

**Духовные потребности** — 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, славе), либо как появление новых групп потребностей (в знаниях, в творчестве, в духовном совершенствовании).

В целом структура потребностей человека представлена на рис. 2.



**Рис. 2. Модель структуры потребностей человека**

*Источники:* Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Человек и его потребности (Сервисология). Новосибирск, 2002. С. 35.

Рис. 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 удовлетворения.

## **Структурный анализ системы потребностей**

Структурный анализ тесно связан с рассмотрением состава системы потребностей, основными элементами которого являются виды, группы, блоки потребностей. Перед наукой стоит важная задача каталогизировать потребности человека. Некоторые ученые представляют эту каталогизацию как дифференцированную на две или несколько дополняющих подсистем, построенных по принципу «вертикаль — горизонталь». Система, развернутая в вертикальной плоскости, включает потребности на всех этапах филогенеза человека, а горизонтальная — полный набор потребностей того или другого субъекта в данный момент времени. Чаще всего встречаются схемы потребностей, построенные по принципу происхождения. Выделяются либо две группы потребностей — **естественные** (низшие, первичные, соматические, биогенные, висцерогенные, физические) и **социальные** (высшие, вторичные, социогенные, искусственные), либо три — **природные, природно-общественные, общественные (социальные)**; либо пять, если общественные потребности разделяются на **экономические, интеллектуальные и собственно социальные**.

Часто в классификациях социальные потребности не выделяются в самостоятельный класс. Так, Л. Brentano растворил социальные потребности личности в психологических потребностях. И.В. Бестужев-Лада предложил разветвленную схему оснований деления потребностей. Вначале выделяется основополагающий критерий (в частности, признак их происхождения), который дополняется критериями второго, третьего и т.д. порядков.

Существуют попытки построить структуру потребностей на основе минимального их числа, необходимого для нормального функционирования человека. Например, К. Обуховский выделил нижеследующие типы потребностей, свойственных людям определенного культурного уровня:

- 1) потребность самосохранения;
- 2) потребность размножения;
- 3) потребности, обеспечивающие правильное развитие личности:
  - познавательная;
  - эмоционального контакта;
  - смысла жизни.

На базе этих общих потребностей функционируют группы индивидуальных потребностей, отражающих особенности их носителей, их личностный опыт. Но вместе с тем схема К. Обуховского не выделяет «этажи» потребностей и не может служить основой для построения их иерархии.

Ш.Н. Чхартишвили разделял потребности на три группы по признаку структур человека: биологической, психологической, социальной. В первой структуре возникают биогенные, во второй — психогенные, в третьей — социогенные потребности. Проводя структурный анализ совокупности человеческих потребностей, следует учитывать, что они организуются не только по принципу иерархии, но и по принципу доминанты.

Так, Г.Л. Смирнов показал, что любая типологизация социальных потребностей должна увязываться с основными харак-

теристиками закономерностей общественного развития. Приняв в качестве критерия необходимость сохранения и развития социального организма и специфику реализации этой необходимости через образ и условия жизни личности в истории общества, в системе социальных потребностей личности можно выделить два уровня: уровень потребностей существования (базисных) — **низший уровень** и уровень потребностей всестороннего развития — **высший уровень**.

На основе необходимостей процесса жизнедеятельности личности можно выделить подуровни потребностей с учетом времени и сферы их реализации, а также доминирования.

Таких необходимостей несколько:

- необходимость самосохранения и социализации (поддержание жизнедеятельности организма, воспитание, обучение);
- необходимость трудовой деятельности и самоутверждения (приобретение профессии, социального статуса, участие в жизни коллектива);
- необходимость продолжения рода и упорядочения семейной жизни (любовь, супружество, семья, дети);
- необходимость самосовершенствования, развития и самовыражения (самообразование, творчество, физкультура и спорт);
- необходимость коммуникации и передвижения.

Две первые необходимости выступают основой потребностей низшего уровня, а необходимость в самосовершенствовании, развитии, самовыражении — основой потребностей высшего уровня.

Необходимость продолжения рода и упорядочения интимной жизни является промежуточной связью между уровнями.

Необходимость коммуникации и передвижения подчинена остальным necessностям и проявляется в виде соответствующих потребностей на всех уровнях. Их можно назвать сквозными по отношению к системе потребностей.

С иерархией потребностей связаны пять подуровней потребностей:

### **Базисные потребности человека**

- **Первый** — бытовые потребности, потребности в социальных гарантиях и обеспечении, потребности в освоении и усвоении социальных ценностей.

В первом подуровне можно выявить комплексы потребностей:

- а) в товарах народного потребления и услугах (потребность в жилище, в домашнем хозяйстве, питании, гардеробе, отдыхе, передвижении);
- б) в функционировании социальных институтов, обеспечивающих реализацию прав и обязанностей граждан — потребность в социальных гарантиях и социальном обеспечении (социальное страхование, образование, охрана здоровья и др.);
- в) в участии в общественных организациях (потребность в принадлежности).

- **Второй** — трудовые потребности и потребности самутверждения (потребность в труде, профессии, квалификации, продвижении по службе, общении в профессиональной среде, в нормальном нравственно-психологическом климате в коллективе, в статусе, в активной жизненной позиции, потребность в уверенности в будущем).

- **Третий** — потребности, связанные с интимной жизнью и образованием семьи (семейные потребности). Этот уровень потребностей обеспечивает связь между первым, вторым, четвертым и пятым уровнями.

### **Высшие потребности**

Эти потребности обеспечивают всестороннее развитие человека. Среди них выделяют:

- **Четвертый** — культурно-досуговые потребности пассивного характера:



- а) познавательные потребности;
  - б) потребности в художественном чтении;
  - в) потребности в общении с искусством;
  - г) потребности в игре и др.
- **Пятый** — культурно-досуговые потребности активного характера:
    - а) потребность творчества;
    - б) потребность в самодеятельности;
    - в) потребность в самовыражении;
    - г) потребности социально-политические и нравственные.

Ядро потребностей высшего уровня составляют потребности во всестороннем развитии и самоактуализации. Вершина иерархии — группа потребностей, связанных с необходимостью личности осознать себя, свою жизнь через подлинный смысл существования.

Необходимость в коммуникации самостоятельного подуровня не образует.

Подобный подход в структурном анализе человеческих потребностей можно проследить у С.С. Корнеевкова, который подразделял потребности следующим образом:

- **по генезису** —
  - а) врожденные (сексуальные, потребности в пище, питье, продолжении рода, в защите, в свободе, в исследовании и т.д.);
  - б) социально приобретенные (культурные, эстетические, нравственные и т.д.);
- **по разумности** —
  - а) разумные (способствующие добру и созиданию);
  - б) неразумные (ведущие к разрушению, болезням, ненависти);

- **по территориальному признаку** —
  - а) глобальные;
  - б) региональные;
  - в) местные;
- **по времени удовлетворения** —
  - а) текущие;
  - б) ближайшие;
  - в) перспективные;
- **по социальному характеру** —
  - а) прогрессивные и реакционные;
  - б) главные и второстепенные;
  - в) исторически преходящие и устойчивые.

Можно выделять потребности мужские и женские, детей и взрослых, здоровых и больных людей, экстравертов и интровертов и т.д. Но исходным положением для своей классификации Корнеев выбрал составляющие человека модусы: индивид, субъект, личность, индивидуальность, универсальность — или же тримерию: телесное, душевное, духовное бытие. Предложенное подразделение потребностей построено на положении о том, что человек является мерой всех вещей и причиной, порождающей всевозможные потребности. Человек имеет тело животного, но он может выйти из-под влияния потребностей своей животной сути, животной души благодаря свободной воле и духовному началу. Человек — существо разумное, наделенное индивидуальностью и самосознанием, которые регулируют его поведение. В зависимости от степени развития сознания акцент волевых усилий человека смещается в сторону развития и удовлетворения высших потребностей, что, в свою очередь, гармонизирует потребности земного уровня.

Представляет интерес и другая типология потребностей, автор которой Генри Меррей. Данная типология исходит не толь-

ко 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 психологии 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. Данные потребности существуют в трех состояниях:

- *рефракторном*, когда никакой стимул не способствует пробуждению потребности;
- *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.

**ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ,  
ПО Г. МЕРРЕЮ**

Потребность	Краткое содержание
1	2
В самоунижении	<p>Пассивно подчиняться внешним силам. Готовность принять обиду, обвинение, критику, наказание. Готовность сдаться, подчиниться судьбе. Допустить собственную «второсортность».</p> <p>Признать свои заблуждения, ошибки, поражения. Исповедоваться и искупать вину. Обвинять себя, принижать, выставлять в худшем виде. Искать боли, наказания, болезни, несчастья и радоваться им</p>
В достижении	<p>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</p>
В аффиляции (взаимодействии, привязанности)	<p>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</p>
В агрессии	<p>Силой преодолевать противостояние. Сражаться. Мстить за обиды. Нападать, оскорблять, убивать, противостоять насилием или наказывать</p>
В автономии	<p>Освободиться от уз ограничений. Сопротивляться принуждению. Избегать или прекращать деятельность, предписанную деспотичными авторитарными фигурами. Быть независимым и действовать соответственно своим побуждениям</p>

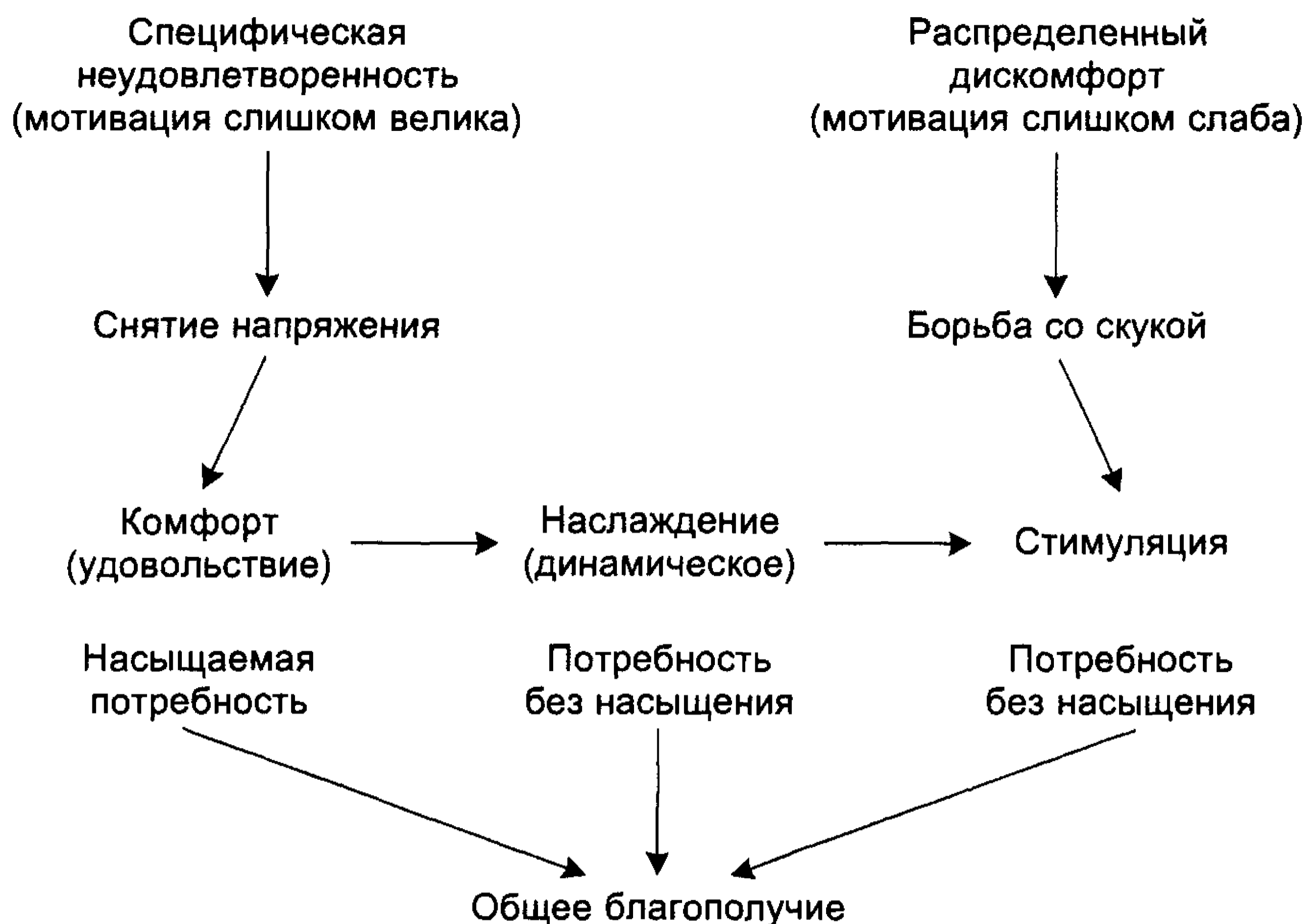
Продолжение таблицы 5

Потребность	Краткое содержание
1	2
	Не быть чем-либо связанным, ни за что не отвечать, пренебрегать условностями
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 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
В опеке	Проявлять сочувствие и помогать беззащитным в удовлетворении их



Продолжение таблицы 5

Потребность	Краткое содержание
1	2
	потребностей — ребенку, или кому-то, кто слаб, бессилён, 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
Источники: Кэлвин С.Холл, Гарднер Линдсей. Теории личности. М., КСП+, 1997. С. 204—206	



**Рис. 3. Детерминанты благополучия, по Г. Меррею**

*Источники:* Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Человек и его потребности (Сервисология). Новосибирск, 2002. С. 39.

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 редукации. 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 (потребности, их взаимоотношение, жизненный стиль) и составляет глубинную основу поведения индивида. Потребность

всегда предполагает возникновение 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.

Существуют также различные классификации потребностей человека, которые строятся на зависимости организма (или личности) от каких-то объектов или же от нужд, им испытываемых. Так, А.Н. Леонтьев (1956) делил потребности на предметные и функциональные. Пьерон выделяет двадцать видов фундаментальных физиологических и психофизиологических потребностей, которые, по его мнению, создают базу для любого мотивированного поведения:

- гедонические (hedone — удовольствие);
- исследовательского внимания, новизны;
- поиска коммуникации и взаимопомощи;
- конкурентные и т.п.

В отечественной психологии потребности подразделяются:

- материальные (потребность в пище, одежде, жилище);
- духовные (потребность в познании окружающей среды и себя, в творчестве, в эстетических наслаждениях и т.п.);
- социальные (потребность в общении, в труде, в общественной деятельности, в признании другими людьми и т.д.).

Материальные потребности называют первичными, они лежат в основе жизнедеятельности человека и сформировались в процессе филогенетического, общественно-исторического развития человека. Они составляют его родовые свойства. Вся история борьбы человека с природой была прежде всего борьбой за удовлетворение материальных потребностей.

Духовные и социальные потребности отражают общественную природу человека, его социализацию. Хотя и материальные потребности человека осоциализировались (так, например, че-

ловек употребляет пищу после длительного процесса ее приготовления).

П.В. Симонов (1987) делит потребности на три группы:

- витальные — сохранения и развития;
- социальные — сохранения, развития, «для себя», «для других»;
- идеальные — сохранения и развития.

Причем потребности «для себя» осознаются субъектом как принадлежащие ему права, потребности же «для других» — как осознаваемые обязанности.

Также психологи говорят о потребностях:

- сохранения и развития (роста);
- быть отличным от других, единственным, незаменимым (т.е. потребность, связанная с формированием и сохранением собственного «Я»);
- потребность в избегании;
- в новых впечатлениях.

Выделяют также группу невротических потребностей, неудовлетворение которых может привести к невротическим расстройствам:

- в сочувствии и одобрении;
- во власти и престиже;
- в обладании и зависимости;
- в информации;
- в славе;
- в справедливости.

Выше мы приводили классификацию невротических потребностей у К. Хорни при рассмотрении ее взгляда на человека и его потребности.

Г. Олпорт (1953) и А. Маслоу (1970) выделяют потребности «нужды» и «потребности роста».

Пожалуй, наиболее стройной является классификация потребностей А. Маслоу (см. выше).

А. Маслоу исходил 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.



**Рис. 4. Иерархия потребностей, по А. Маслоу**

*Источники:* Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб., М.; Харьков; Минск: Питер, 1997. С. 488.

*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* — 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 все категории (типы) потребностей сосуществуют, причем та или иная категория (тип) потребностей приобретает бóльшую 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 удовлетворения. Более того, последовательность потребностей, изложенная А. Маслоу (функциональные, в безопасности, социальные, в самоуважении и самоактуализации), необязательна 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 некотором *базовом уровне* — необходимый уровень формирования всех других потребностей.

Таким образом, анализ приведенных выше классификаций потребностей показывает, что многообразие человеческих потребностей в виде строгой иерархии представить невозможно.

Если иерархия потребностей, основанная на биологических инстинктах, видима и понимаема, то иерархия душевных и духовных потребностей более динамична. Объединенные вместе эти потребности создают феномен человека. И хотя в большинстве случаев эмоциональное и ментальное владеют человеком и держат приоритет, человек как существо духовное должен стать

господином своего тела, эмоций и мыслей. Рассмотрев основные подходы к человеку и его потребностям, можно перейти к характеристике особенностей функционирования сферы услуг в контексте удовлетворения потребностей.

### **Контрольные вопросы и задания**

---

1. Охарактеризуйте группы потребностей с учетом критериев, положенных в основу классификации.
  2. Дайте характеристику первичным и вторичным потребностям человека.
  3. Приведите классификацию потребностей по Гегелю и Достоевскому, проведите сравнение.
  4. Дайте характеристику структурного анализа системы потребностей.
  5. Охарактеризуйте базисные потребности человека.
  6. Охарактеризуйте высшие потребности человека.
  7. Классификация потребностей у С.С. Корнеевкова.
  8. Поясните классификацию потребностей Г. Меррея.
-



## *Раздел II*

---

# **СЕРВИС КАК СФЕРА УСЛУГ**

## **Тема 7**

---

### **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ УСЛУГ**

С учетом всего рассмотренного выше становится понятно, что сфера услуг — одна из важных отраслей народного хозяйства, призванная удовлетворять индивидуальные запросы и потребности населения в различных видах услуг.

Сервисология же — это наука, изучающая подходы к конкретной личности в процессе предоставления ей тех или иных услуг с учетом ее индивидуального жизненного стиля, потребностей, запросов, ценностных ориентаций, а также рассматривающая теоретические и практические методы индивидуального обслуживания. Для того чтобы понять эти подходы и методы, необходимо не только знать, что такое человек, каковы его потребности, их специфика у конкретного индивида, но и понимать особенности функционирования сферы услуг.

Как отрасль социально-экономической деятельности, эта сфера представляет собой совокупность организаций, цель которых — оказание разнообразных услуг населению. В своей основе данная сфера деятельности — это весь комплекс социально-бытовых услуг населению.

Сфера услуг представляет собой быстро растущую и развивающуюся отрасль экономики, необходимую для индивидуализации обслуживания. По данным специалистов, исследующих эту сферу деятельности, в 2005 г. объем предоставляемых услуг по стоимости будет превышать объем продажи товаров. Удовлетворение растущих потребностей клиентов в разнообразных товарах (услугах) на высоком культурном уровне — важнейшая задача сферы услуг и каждого ее предприятия.



**Услуга** — это совокупность мероприятий, выполняемых для удовлетворения нужд и потребностей клиентов, обладающих законченностью и имеющих определенную стоимость. Главной особенностью услуги является ее полезное действие для потребителя. В своей основе сфера услуг — это весь комплекс социально-бытовых услуг населению. Она функционирует на стыке производственных и непроизводственных отраслей, неоднородна по своей структуре и выступает как третичный сектор социально-экономической деятельности общества, связанный с индустрией услуг. Доля занятых в этом секторе служит своеобразным индикатором уровня развития общества. В большинстве экономически слабо развитых стран 3/4 рабочей силы заняты в сельском хозяйстве, а остаток распределен примерно поровну между промышленным производством и обслуживанием. В промышленно же развитых странах лишь незначительная часть населения занята в сельскохозяйственном производстве, а более 50% — в третичном секторе (Гидденс Э. Социология. М., 1999. С. 453. Цит. по: Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Человек и его потребности. Новосибирск, 2002. С. 69). При этом доля услуг в валовом внутреннем продукте (ВВП) развитых странах приблизилась к 70% и продолжает расти. До последнего времени сферу услуг идентифицировали с непроизводственной сферой, из которой исключали грузовой транспорт, связь, общественное питание, туристический и гостиничный бизнес.

Чаще всего услуги делят следующим образом.

- **Материальные** — к ним относят индивидуальный пошив одежды и обуви; строительство жилищ, их архитектура и дизайн, а также дизайн интерьера и окружающих человека жизненных пространств; ремонт и обслуживание автомобилей, бытовой техники и пр. Эти услуги имеют материально-вещественное содержание.
- **Нематериальные** — услуги человеческой деятельности, не имеющие вещественного содержания; это услуги производственных мастеров по обучению, репетиторов, юристов, консультантов, врачей, психологов, бизнес-тренеров и пр. При оказании таких услуг их производство и потребление совпадают во времени.

**Услуги, целевой функцией которых является удовлетворение личных потребностей населения, принято считать потребительскими.**

Это услуги парикмахерских, бань, саун, косметических кабинетов и пр.

Отличительные особенности нематериальных услуг:

- **неосвязаемость**, т.е. услуга не может быть предложена клиенту в осязаемой форме до завершения процесса обслуживания;
- **невозможность хранения**;
- **изменчивость** по своим качествам, связанная с квалификацией работника, его индивидуально-личностными чертами и настроением.

## **Классификация услуг**

### **1. По специфике содержания:**

- а) **создающие** новые потребительские стоимости (новые изделия) — пошив одежды, обуви, вязка трикотажных изделий, изготовление мебели и пр.;
- б) **восстанавливающие** потребительские свойства товаров (ремонтные работы) — ремонт радио- и телевизионной аппаратуры, автотранспортных средств, квартир, бытовой техники, одежды, обуви, химическая чистка изделий, их крашение и др.;
- в) **обслуживающие** человека (личного характера) — услуги парикмахеров, косметологов, работников оздоровительных комплексов и др. В эту группу можно отнести также услуги по созданию удобств в быту, по удовлетворению потребностей человека как физического лица (медицинские, санитарно-гигиенические);
- г) **услуги по удовлетворению личностных потребностей человека** (образовательные, культурные, информационные, туристические).

**2. По формам оказания услуг** (т.е. способам доведения их до потребителя) различают:

- а) стационарные** (обслуживание в условиях стационарных предприятий);
- б) выездные** (обслуживание посредством передвижных салонов, приемных пунктов, медицинских кабинетов диагностического или лечебного направлений; на дому, по месту работы или приближенные к месту проживания);
- в) с созданием особых условий** (абонементное обслуживание, выполнение заказов из заранее изготовленных полуфабрикатов и т.д.). К этой группе можно отнести услуги с выполнением заказов в определенные установленные сроки или же в присутствии заказчиков и т.п.

**3. По способу оплаты:**

- а) с предварительной оплатой** (к ним относят услуги, оплачиваемые в порядке предварительного полного или частичного авансирования при приеме заказов, с последующим окончательным расчетом при выдаче заказов);
- б) бесплатные услуги** (гарантийный ремонт);
- в) предоставляемые в кредит** (это услуги с рассрочкой платежа).

**4. По характеру** оказываемые услуги имеют ярко выраженную разноотраслевую направленность:

- а) сельскохозяйственные;**
- б) гигиенические;**
- в) ритуальные;**
- г) транспортные;**
- д) торговые;**
- е) информационные;**
- ж) прокатные;**

- з) **строительные и ремонтные;**
  - и) **художественные работы и производство изделий народного творчества;**
  - к) **образовательные;**
  - л) **медицинские;**
  - м) **социокультурные; и др.**
- 5. По видам труда, осуществляемые на основе:**
- а) **общественной;**
  - б) **личной;**
  - в) **частной собственности на средства производства.**
- 6. По характеру распределения общественных фондов потребления:**
- а) **платные (оплачиваемые населением, предприятиями и учреждениями по наличному или безналичному расчету);**
  - б) **бесплатные.**
- 7. По видам потребления:**
- а) **индивидуальные;**
  - б) **массовые.**

Далее приводится классификация услуг, в основе которой лежат классы услуг и соответствующие им сферы деятельности.

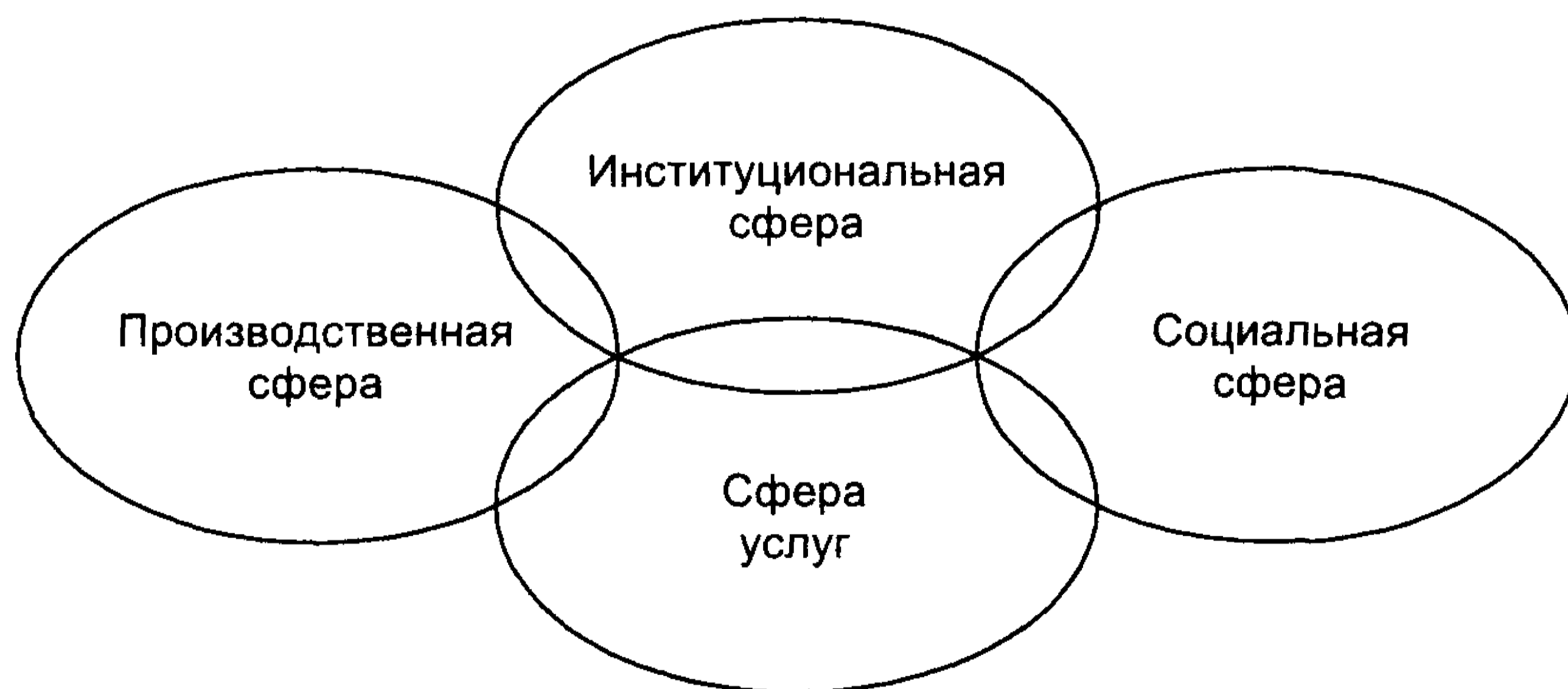
*Таблица 6*

**ОСНОВЫ КЛАССИФИКАЦИИ УСЛУГ**

Основные классы услуг	Сферы услуг
1. Осязаемые действия, направленные на тело человека	Здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты, парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе
2. Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты	Грузовой транспорт, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и

Основные классы услуг	Сферы услуг
	порядка, прачечные, химчистки, ветеринарные услуги
3. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, радио- и телевидение, информационные услуги, театры, музеи
4. Неосязаемые действия с неосязаемыми активами	Банки, юридические и консультационные услуги, страхование, операции с ценными бумагами
<i>Источники:</i> Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Человек и его потребности (Сервисология). Новосибирск, 2002. С. 69	

Если термин «непроизводственная сфера» заменить терминами «социальная сфера» и «институциональная сфера», то сфера услуг представляется как в определенной мере охватывающая все сферы человеческой жизнедеятельности (рис. 5).



**Рис. 5. Модель основных сфер человеческой жизнедеятельности**

*Источники:* Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг услуг. М., 2001. С. 11

В данной модели:

- институциональная сфера включает все институты государственного управления (и местного самоуправления);



- производственная сфера — все формы организации производства материальных благ;
- социальная сфера — все разнообразие способов удовлетворения социальных потребностей людей;
- сфера услуг — все виды производства самых разнообразных услуг.

В рыночной экономике в сфере услуг различаются рыночный и нерыночный секторы. Причем рыночный сектор выступает как рынок услуг, нерыночный — как система государственного и некоммерческого обслуживания населения.

**Рынок услуг имеет следующие специфические черты:**

- высокая динамичность;
- территориальная сегментация;
- локальный характер производства и потребления услуг;
- высокая скорость оборота капитала (высокая доля оборотного капитала);
- высокая чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры;
- специфика организации производства услуг (большое число малых и сверхмалых предприятий);
- специфика оказания услуг (личные контакты производителей и потребителей услуг);
- высокая степень дифференциации услуг (персонификация потребления);
- неопределенность результата деятельности по оказанию услуг.

**Деятельность предприятий сферы услуг имеет ряд специфических особенностей, которые отличают ее от других сфер и отраслей народного хозяйства:**

- полная зависимость от спроса на предлагаемые услуги и их сезонный характер;

- совмещение в своей деятельности производственных и торговых операций;
- использование товарных ценностей населения;
- необходимость создания и рационального сочетания самых разных по величине и функциям организаций обслуживания (предприятий, ателье, салонов, домов быта, приемных пунктов и др.);
- сильная ориентация на психолого-социологическую квалификацию обслуживающего персонала (наряду с узкой специализацией в области профессии);
- большая территориальная разобщенность производства и пунктов приема заказов.

Эти особенности в той или иной степени присущи всем предприятиям обслуживания, хотя в каждой разновидности их могут проявляться в различных формах. В связи с этим целесообразно дать **краткую характеристику разных предприятий обслуживания.**

**Ателье, мастерские, салоны** — преимущественный тип производственного звена в бытовом обслуживании. Они одновременно осуществляют производство работ, прием заказов и их выдачу (совмещают производственный цех и приемный пункт). Их характерная особенность — предметно-замкнутая организация технологического процесса. С развитием сферы услуг происходит специализация в деятельности обслуживающих предприятий, результатом которой является увеличение количества цехов, выполняющих чисто производственные функции и не имеющих непосредственного контакта с заказчиком (потребителем). В этом случае заказы поступают в производство через сеть территориально обособленных приемных пунктов.

**Приемные пункты, бюро, представительства** — это специфические подразделения предприятий сферы услуг, осуществляющие прием, оформление, выдачу заказов. Они бывают стационарными, передвижными, специализированными, комплексными.

**Дома быта** — комплексные производственные предприятия, оказывающие населению несколько видов бытовых услуг (в том числе и торговых).

**Сервисные центры** — в них оказывают услуги материального характера (продажа авиа-, автобилетов, парикмахерские, косметологические и др.).

Характерная особенность предприятий сферы услуг также в том, что в основном производственные подразделения (ателье, мастерские, салоны и т.д.), входящие в состав домов быта и сервисных центров, не образуют единого производственного комплекса (общая только «территория»), каждое из них имеет законченный производственный цикл и по-своему является малым предприятием.

Сам процесс оказания услуг состоит из трех взаимосвязанных элементов:

- прием заказов на услуги от населения,
- производство (выполнение, создание) услуг,
- реализация услуг.

**Прием заказов** от населения — начальная стадия процесса оказания услуг, на которой выполняется ряд операций технологического характера, влияющих затем на весь дальнейший процесс производства (обмер фигуры заказчика, выявление дефектов вещей, принимаемых в ремонт, определение характера загрязнения вещей, выяснение потребностей на отдыхе и т.д.).

**Непосредственное производство** определяется характером выполняемых услуг. По типу организации и масштабам производства однотипной продукции предприятия сферы услуг следует отнести к индивидуальным, единичным производствам, иногда к мелкосерийным. Однако техническая оснащенность данных предприятий (в силу их децентрализации и разобщенности) значительно ниже крупных предприятий соответствующих отраслей производства (например, ателье индивидуального пошива одежды и фабрика).

**Реализация услуг (заказов)** — доведение услуги до потребителя. Большинство предприятий сферы услуг имеют непосредственный контакт с потребителем при оказании услуги, могут достаточно адекватно реагировать на его запросы.

В современных условиях конкурентного взаимодействия в области обслуживания потребителей складывается система сервисного обслуживания.

**Под сервисным обслуживанием** понимается не обычная, ранее сформированная сфера услуг как самостоятельная отрасль (и сфера) народного хозяйства, а рассредоточенная по формам, видам, организациям система сопровождения любой основной услуги особыми дополнительными услугами, придающая данной услуге особую привлекательность для потребителя. Подобное сервисное обслуживание, по сути, сопровождает любую деятельность, в том числе и промышленного предприятия, которое в строгом смысле слова обслуживающим предприятием может и не быть.

Возрастающее значение сервисного обслуживания потребителей обусловлено объективными тенденциями:

- возрастанием сложности промышленных изделий и появлением дополнительных требований к квалификации работников по их эксплуатации, к качеству проведения обслуживающих и ремонтных операций;
- быстрым моральным старением оборудования, вызывающим необходимость принудительной модернизации;
- повышением требований к качеству промышленных изделий (так как в конкуренции выигрывает тот производитель, у которого более качественная продукция);
- возрастанием роли вторичных ресурсов.

В конкурентной борьбе за «своего» потребителя производители неизбежно должны прийти к сервисному сопровождению своей основной продукции.

«Конкуренция по-новому — это не конкуренция между собой того, что произведено фирмами на своих заводах и фабриках, а того, чем они дополнительно снабдили свою продукцию в виде упаковки, услуг, рекламы, консультаций для клиентов... и прочих ценимых людьми вещей» (*Кулибанова В.В.* Маркетинг: Сервисная деятельность: Учеб. пособие. СПб.; М.; Харьков; Минск, 2000. С. 11—12).

Итак, **сервис** — это система обеспечения, позволяющая потребителю выбрать для себя оптимальный вариант приобретения и потребления изделия (услуги) и экономически выгодно

эксплуатировать его в течение разумно обусловленного срока, диктуемого интересами потребителей.

## **Контрольные вопросы и задания**

---

1. Охарактеризуйте сервисологию как науку.
2. Дайте характеристику сферы услуг. Понятие услуги.
3. Приведите классификацию услуг:
  - по специфике содержания;
  - по формам оказания услуг;
  - по способу оплаты;
  - по видам потребления.
4. Проследите соотношение основных классов и сфер услуг.
5. Охарактеризуйте черты рынка услуг, особенность деятельности и виды предприятий сферы услуг.
6. Дайте характеристику понятиям: сервис и сервисное обслуживание.

---

## **Тема 8**

---

### **ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СЕРВИСА КАК СФЕРЫ УСЛУГ**

#### **Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности**

Все большее распространение сервисного обслуживания населения обусловило необходимость оформления этой деятель-



ности как профессиональной, обеспечивающей на соответствующем уровне удовлетворение чьих-либо индивидуальных потребностей. Это означает прежде всего процесс индивидуального обслуживания. Кроме того, данный вид профессиональной деятельности предполагает соблюдение некоторых правил или норм, а именно:

- **обязательность предложения сопутствующих услуг;**
- **необязательность использования этих услуг (нельзя их навязывать);**
- **эластичность сервиса, что означает широкий «пакет» сервисных мероприятий, дающих возможность выбора;**
- **удобство сервиса (он должен предоставляться в том месте, в такое время и такой форме, которые устраивают покупателя);**
- **техническая адекватность сервиса, учитывающая технический уровень производства и в то же время способствующая созданию оригинальных технических решений для технологии сервиса;**
- **информационная отдача сервиса (к сервисной информации должны внимательно прислушиваться руководители предприятий);**
- **разумная ценовая политика в сфере сервиса (сервис должен быть прежде всего стимулом для приобретения товаров фирмы и инструментом для укрепления доверия потребителей);**
- **гарантирование соответствия производства сервису (чтобы не поставить потребителя в условия «обслужи себя сам»).**

Исходя из функционального назначения системы сервиса можно сформулировать его задачи (*Кулибанова В.В. Маркетинг: Сервисная деятельность: Учеб. пособие. СПб.; М.; Харьков; Минск, 2000. С. 17—18*):

- **консультирование потенциальных покупателей перед приобретением ими изделий данного предприятия, позволяющее им сделать осознанный выбор;**

- **подготовка покупателя** к наиболее эффективной и безопасной эксплуатации приобретаемых изделий;
- **передача необходимой технической документации**, позволяющей покупателю грамотно использовать изделие;
- **предпродажная подготовка изделия**, чтобы избежать отказа его в работе во время демонстрации потенциальному покупателю;
- **доставка изделия на место его эксплуатации** с минимальной вероятностью повреждения в пути;
- **приведение изделия в рабочее состояние на месте эксплуатации** и демонстрация его покупателю в действии;
- **обеспечение полной готовности изделия к эксплуатации** в течение всего срока нахождения его у потребителя;
- **оперативная поставка запасных частей**, тесный контакт с их изготовителем;
- **сбор и систематизация информации об эксплуатации изделия** потребителями (замечания, предложения, жалобы);
- **участие в совершенствовании и модернизации потребляемых изделий** по результатам анализа собранной информации;
- **сбор и систематизация информации о сервисной деятельности конкурентов**;
- **помощь службе маркетинга предприятия** в анализе и оценке рынков, покупателей и товара;
- **формирование постоянной клиентуры рынка** по принципу «Вы покупаете наш товар и используете его, мы делаем все остальное».

По содержанию деятельности по сервисному обслуживанию все большее распространение получают интеллектуальные услуги (а не чисто технические), что обусловило деление **сервиса на четыре вида**:

- *жесткий сервис*, включающий в себя все услуги, связанные с поддержанием работоспособности, безотказности и заданных параметров функционирования товара;

- *мягкий сервис*, включающий в себя весь комплекс интеллектуальных услуг, связанных с индивидуализацией, т.е. более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях его функционирования у данного потребителя (или расширением сферы полезности товара для него);
- *прямой сервис* — комплекс услуг, непосредственно связанных с эксплуатацией купленного товара;
- *косвенный сервис* — комплекс услуг, не имеющих непосредственного отношения к купленному товару, но способствующих установлению доверия покупателя к данной фирме (что также приносит успех фирме).

**Показатель уровня сервиса имеет составляющие:**

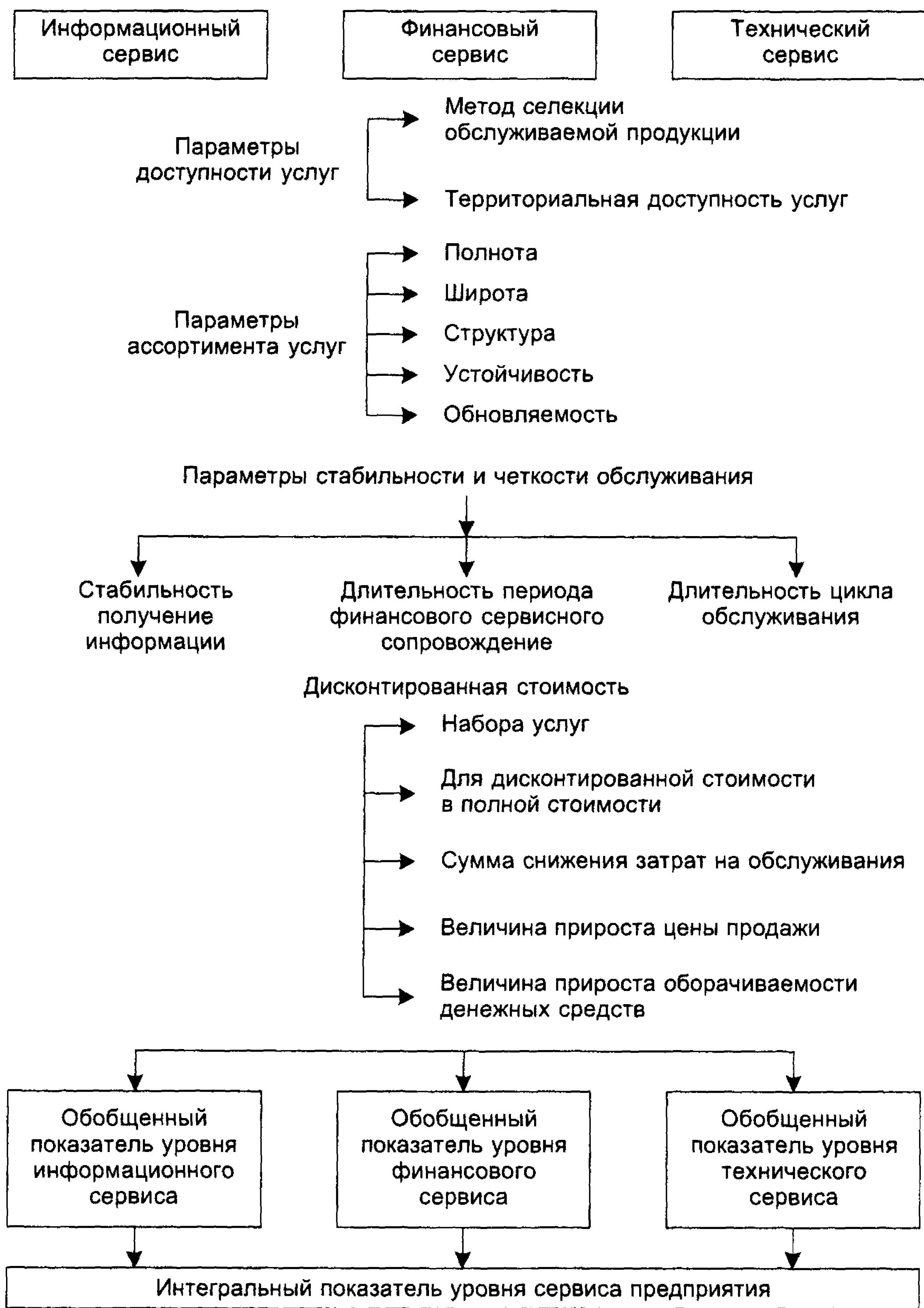
- 1) *функциональное качество* сервиса как процесса передачи услуги или комплекса услуг при взаимодействии с потребителем;
- 2) *технологическое качество* сервиса как результат того, что получает и с чем остается потребитель.

Таким образом, уровень сервиса — это интегральный показатель, характеризующий качество всего комплекса услуг, сопровождающих продукцию на всех жизненных фазах: от фазы ее разработки до фазы ликвидации как процесса и как результата и определяющий возможность этих услуг удовлетворять требованиям потребителя при сохранении или увеличении доходов производителя и укрепления его конкурентных позиций на рынке.

На рис. 6 схематично представлена оценка уровня сервиса продукции (услуги) по четырем группам параметров: доступности, ассортименту услуг, стабильности и четкости, стоимости обслуживания.

Уровень сервиса продукции или услуги оценивается по следующим параметрам:

1. **Параметры доступности услуг** предполагают использование метода селекции обслуживаемой продукции.



**Рис. 6. Система оценки уровня сервиса продукции и услуг**

Охват сервисом	Методы селекции			
	Эксклюзивный сервис	Избирательный сервис	Селективный сервис	Массовый сервис
«Собственная продукция»				
Зарубежные аналоги				
Отечественные аналоги				
Другие виды продукции отрасли				
Высокий уровень специализации сервиса				Низкий уровень

**Рис. 7. Методы селекции обслуживаемой продукции**

*Источники:* 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., 2000. Цит. по: Удальцова М.В., Аверченко Л.К. Человек и его потребности, Новосибирск, 2002. С. 77.

Метод селекции — это степень охвата продукции данной отрасли сервисом предприятия (организации), чем выше степень охвата и ниже уровень специализации сервисных работ, тем менее избирателен сервис.

## 2. Параметры ассортимента услуг:

- а) широта ассортимента есть количество наименований сервисных услуг или их наборов;
- б) полнота ассортимента услуг количественно измеряется числом сервисных услуг в каждом наборе;
- в) устойчивость ассортимента услуг отражает степень колебаний параметра широты и полноты;
- г) обновляемость ассортимента услуг характеризует скорость «омоложения» наборов в результате пополнения новыми услугами и исключения устаревших.



3. **Параметр стабильности и четкости обслуживания** связан с:
  - высокой стабильностью и оперативностью информационных потоков между производителями и потребителями услуги;
  - финансовым сервисным сопровождением услуги;
  - периодичностью (частотой) этих видов услуг.
4. **Экономические параметры.**

#### **Правила эффективного сервиса.**

В.А. Маркова выделяет восемь правил.

1. **Стратегия.** Для каждого сегмента рынка услуг существует свой уровень сервиса, который покупатель считает для себя отличным (приемлемым).
2. **Связь с покупателями** с целью выявления покупательских предпочтений.
3. **Ясность требований** (необходимые стандарты обслуживания, обязательные для выполнения всеми работниками сервисной организации).
4. **Четкая система снабжения**, обеспечивающая постоянное наличие необходимых товаров.
5. **Обучение персонала** сервисной деятельности.
6. **Выдвижение в качестве ведущей цели** отсутствие дефектов в обслуживании.
7. **Руководство** правилом «зеркало — наш клиент».
8. **Творчество**, так как полное удовлетворение потребитель испытывает только в результате хорошего сервиса.

#### **Культура сервиса.**

#### **Разработка стратегии взаимоотношений в процессе удовлетворения потребностей клиента**

Качество услуги во многом зависит от характера взаимодействия работника сервиса и потребителя, от профессиональной

подготовки работника, его личностных особенностей и сиюминутного настроения (состояния).

Под качеством услуги понимается совокупность свойств, обуславливающих ее способность удовлетворять определенные потребности (нужды) клиентов. Высокая культура обслуживания должна удовлетворять эмоциональные потребности клиентов, учитывать их желания и мотивы.

О культуре обслуживания судят по тому, как решаются следующие вопросы:

- какие услуги (товары) и по какой цене можно приобрести?
- как встречают клиентов на предприятиях сервиса?
- как общаются с клиентами на предприятиях сервиса?
- сколько времени затрачивается на получение необходимой услуги?

Запросы клиентов в основном сводятся к следующему: получить услугу (товар) в наикратчайшее время, без лишних затрат сил и за приемлемую цену, в комфортной обстановке.

От работника сервиса во многом зависит, чтобы клиент ушел и с качественной услугой (товаром), и с хорошим, поднятым настроением. Грамотно обслужить клиента — задача не из легких. Здесь требуется и высокое мастерство работника, и владение всеми тонкостями взаимодействия с клиентами.

В современной русской культуре успешный менеджмент как никогда зависит от того, насколько каждая стадия бизнеса — продукт, реклама, послепродажное обслуживание и т.д. — удовлетворяет потребности покупателя.

Стратегия взаимоотношений — это хорошо продуманный план построения и поддержания качественных взаимоотношений.

Успех продажи зависит в основном от способности продавца строить взаимоотношения с покупателями, управлять ими и увеличивать их число.

Стратегия взаимоотношений должна включать в себя каждый аспект продажи — от первого контакта с потенциальным покупателем до обслуживания его после того, как он становится постоянным покупателем.

Продажа в век информации включает в себя решение трех основных задач.

1. Построение новых взаимоотношений. При этом важно произвести положительное впечатление в процессе первого контакта.
2. Переход отношений с личностного уровня на деловой. При этом должно быть достигнуто взаимопонимание.
3. Управление отношениями. Способ, с помощью которого торговый представитель устанавливает, строит и поддерживает взаимоотношения, уже не второстепенный аспект личных продаж; в век информации — это ключ к успеху.

Современные клиенты хотят иметь качественные товары и качественные взаимоотношения.

Индустриальный век создал миф о «прирожденном продавце» — динамичном, коммуникабельном, напористом человеке.

Но опыт века информации показывает, что имеются другие факторы успеха продаж — это позитивные представления о себе, а также способность эффективно устанавливать отношения.

Высокая самооценка в сочетании с искренностью образует важные составляющие для формирования успешных торговых представителей.

Личностные черты, необходимые успешному торговому работнику: честность, прямота, моральная устойчивость.

Стратегия двойного выигрыша в процессе продаж состоит в том, что, «помогая вам выигрывать, я тоже выигрываю».

Но до сих пор имеются торговые работники, использующие стратегию «выигрыш—проигрыш», при этом они выигрывают за счет проигрыша покупателя.

Успешный имидж торгового представителя складывается из множества вербальных и невербальных факторов: голоса, одежды, осанки, манер и стиля общения.

В процессе общения 7% восприятия обязаны словам, сказанным другим человеком; 38% тому, что мы слышим. Причем информативны тон голоса, его громкость, манера произнесе-

ния слов. Торговый представитель должен произносить слова так, чтобы в голосе звучала энергия. Около 55% информации, передаваемой нам, основывается на том, что мы видим и чувствуем. Так положительное сообщение может быть передано через улыбку, рукопожатие, контакт «глаза в глаза», профессиональный внешний вид.

Таблица 7

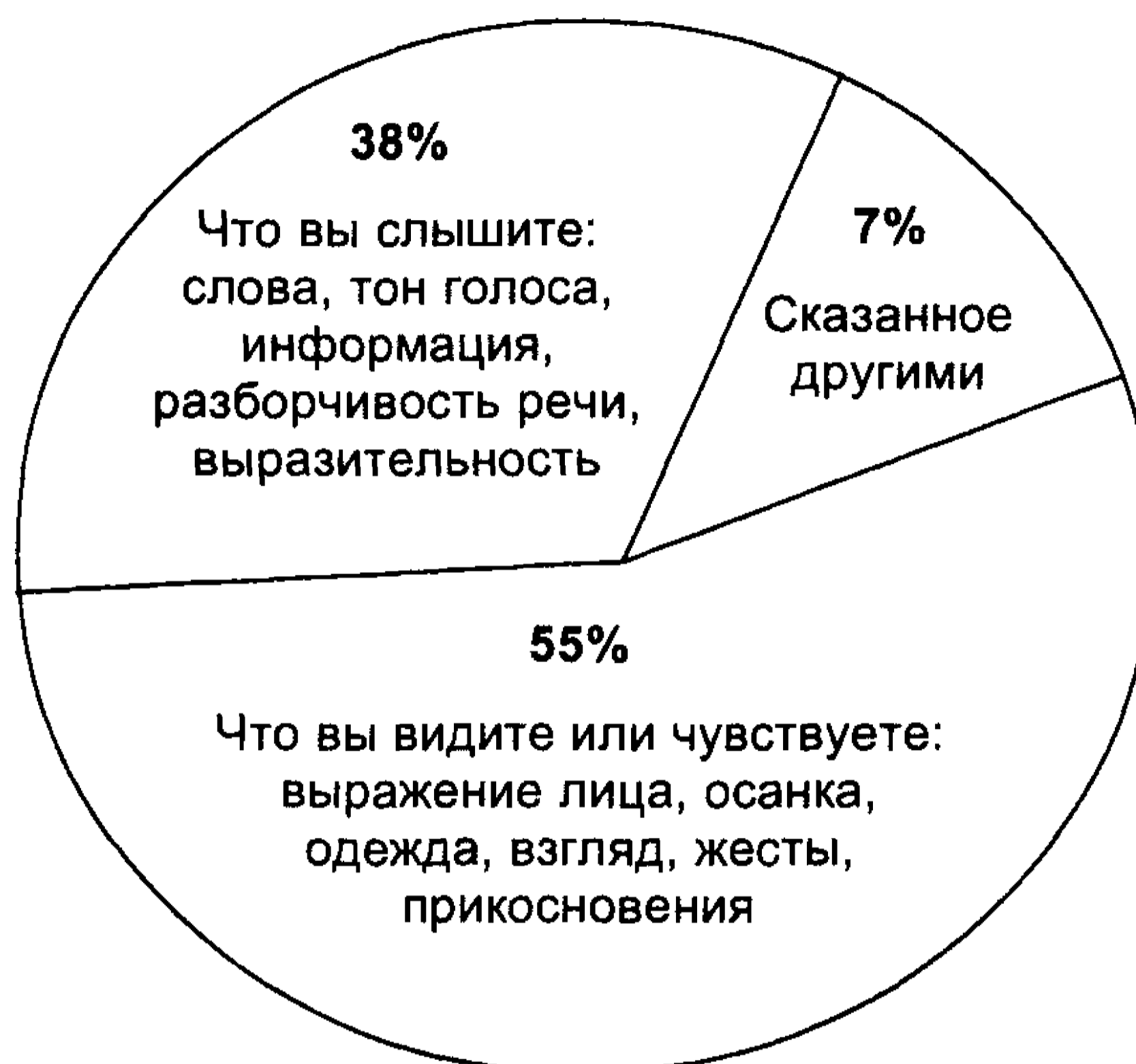
**ХАРАКТЕРИСТИКА ТОРГОВЫХ РАБОТНИКОВ  
С УЧЕТОМ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ**

Стратегия	«Выигрыш—проигрыш»	«Выигрыш—выигрыш»
Характеристика торгового агента	Видят проблему в любом решении, возлагают вину при возникновении проблемы на кого-либо, «плывут» по течению жизни, живут прошлым, не сдерживают обещаний	Помогают другим в решении их проблем, выясняют, что привело к проблеме, делают жизнь для окружающих и себя радостной, учатся на прошлом, живут в настоящем, устанавливают цели на будущее, дают обязательства и выполняют их

Невербальные сообщения могут усилить сказанные слова, а могут и противоречить им. Когда вербальные сообщения и язык тела соответствуют друг другу, тогда у ваших собеседников создается впечатление, что вам можно доверять, а сказанное вами отражает то, что вы на самом деле думаете. Если же имеются противоречия между вербальными и невербальными сообщениями, то вероятность доверия падает.

Клиент руководствуется самыми различными *мотивами* при получении услуги. Культура обслуживания во многом заключается в том, чтобы создать в зале такой психологический микроклимат, который бы способствовал формированию у клиента соответствующих мотивов получения услуг, а работнику облегчал бы выбор нужной аргументации в пользу приобретения услуги (товара). Поэтому работник должен быть не только тонким

психологом, но и знатоком потребностей каждого клиента. Этому благоприятствуют такие личностные качества работника, как доброжелательность, спокойствие, общительность, аккуратность. Негативное влияние напротив, оказывают агрессивность, раздражительность, амбициозность, болтливость, упрямство, забывчивость.



**Рис. 8. Источники информации в процессе общения**

У грамотного работника сервиса правила хорошего тона никогда не остаются на бумаге, а постоянно используются в обслуживании клиентов.

**Психологическая культура сервиса** — это уровень развития психологических знаний, навыков и умений работников сервиса для учета индивидуально-психологических особенностей клиентов с целью выбора наилучшей тактики их обслуживания.

Психология сервиса — одна из отраслей психологии. В сфере услуг общие закономерности психологии имеют своеобразную окраску. Так, общение обслуживающего персонала с клиентами характеризуется особенностями, которые отсутствуют в трудовом коллективе, в кругу семьи. Поэтому работнику серви-



са нужно знать не только общую психологию, но и психологию процесса обслуживания потребителя.

Слова «угождение», «обхождение», «услужение» воспринимаются многими как оскорбительные для их достоинства. Услуга означает помощь, желание пособить. Но работники сферы услуг часть этого слова отождествляют со словом «прислужить», что вызывает в них внутренний протест. На самом деле это означает проявить радушие и обязательность.

Работнику сферы услуг необходимо знать особенности клиента в зависимости от его темперамента.

**Сангвиник** — живой, активный, умеет хорошо владеть собой, общительный, легко и быстро откликается на происходящее вокруг него. Стремится к частой смене впечатлений, сомнения для него недолговременны. Решения зачастую принимает быстро.

При неблагоприятных условиях у него наблюдается отсутствие сосредоточенности, поверхностность в контактах. По его лицу нетрудно угадать его настроение, отношение к окружающим его людям и предлагаемой услуге. С ним несложно наладить продуктивные взаимоотношения. Его движения выразительны, разнообразны, темп речи быстрый. Мимика богатая и живая. Настроение обычно жизнерадостное.

**Холерик** характеризуется высоким уровнем психической активности, энергичностью действий, резкостью. В поведении зачастую неуравновешен. Вспыльчив, раздражителен, *не умеет сдерживать себя*, контролировать в конфликтной ситуации.

В общении вступает легко, свои мнения высказывает смело. Его тяготит медленный, спокойный темп обслуживания. Мнителен, обидчив, но его обида проходит быстро. Принимает решения быстро, долго над ними не раздумывая. Движения и жесты их резкие, быстрые, мимика выразительная. Говорит быстро, как бы захлебываясь словами, «проглатывая» окончания слов. Настроение бодрое, но с резкими переходами, склонен к частой смене настроений.

**Флегматик** отличается низким уровнем психической активности, внешне слабо проявляет свое эмоциональное состояние,

уравновешен, отличается выдержкой, терпеливостью, хорошим самообладанием.

Ему требуется определенное время, чтобы принять решение. В меру общителен, но испытывает трудности при вступлении в контакт. Движения однообразные, мимика бедная. Речь неторопливая, невыразительная, спокойная. Настроение обычно ровное, устойчивое.

**Меланхолик** характеризуется низким уровнем активности, замкнутостью, застенчивостью, он эмоционально раним, глубоко переживает даже незначительные события. Внешне вяло реагирует на окружающее, малообщителен, нерешителен и даже пассивен. Долго колеблется, прежде чем принять то или иное решение.

Сильные воздействия выводят его из равновесия, вызывают растерянность. Он крайне подозрителен и робок.

Впечатление такое, что он постоянно ожидает чего-то неприятного и боится этого. Чувствует себя нормально только в спокойной обстановке. Движения замедленные, мимика невыразительная. Голос тихий, настроение обычно грустное.

Работник контактной зоны в сфере сервиса в зависимости от темперамента различным образом ведет себя с покупателями:

- **работник-сангвиник** успешно обслуживает покупателей (заказчиков), но ему трудно выполнять монотонные, однообразные операции (например, оформлять большое количество документов);
- **работник-холерик** незаменим при обслуживании большого количества посетителей, но плохо владеет собой, особенно в напряженных, конфликтных ситуациях;
- **работник-флегматик** выдержан, уравновешен, но не может работать в быстром темпе, что вызывает раздражение у клиентов;
- **работник-меланхолик** доброжелателен, отзывчив, стремится избежать конфликтов, но медлителен и обидчив.

Особенности проявления темперамента у работника сферы обслуживания во многом определяются его общей культурой.

Например, некоторые работники не только не стараются сдерживать себя, а дают волю своим отрицательным чувствам: гневу, раздражительности и т.д.

Свою грубость, распушенность они зачастую оправдывают особенностями своего темперамента. Но подобное «оправдание» не выдерживает элементарной критики. Работник обязан бережно и деликатно относиться к посетителям, не допуская поступков, которые могут их травмировать.

У многих людей в различных ситуациях сочетаются черты двух или более типов темперамента, такой темперамент называется смешанным.

Жизнерадостность и отзывчивость сангвника, энергия холерика, спокойствие и рассудительность флегматика, глубина и устойчивость чувств меланхолика — ценные качества различных темпераментов работников при обслуживании клиентов.

Продавцу (приемщику), работнику контактной сферы необходимо учитывать, что клиенты с холерическим темпераментом часто сильно возбуждаются, в этом случае лучше выждать, пока такой посетитель успокоится, а затем тактично продолжить с ним разговор. Неуравновешенность и горячность холерика нередко могут быть причиной конфликта, поэтому работник контактной зоны в сфере сервиса должен уметь снизить повышенную возбудимость холериков, создать уверенность в правильности заказа у меланхоликов, снять заторможенность в высказывании своих пожеланий у флегматиков, заострить внимание на предлагаемом образце изделия (услуги) у сангвника.

Работнику контактной зоны не обойтись без таких профессиональных черт характера, как выдержка, доброжелательность, аккуратность.

Работник сервиса обязан знать разнообразные потребности клиентов, которые влияют на принятие решения о приобретении услуги (покупки товара), так как, совершая заказ или покупая товар, клиент стремится удовлетворить свои потребности.

Многие клиенты не ведут разговор о своих потребностях в явном виде, поскольку эти потребности скрыты в подсознании. Вследствие этого они говорят о *ценах, сроках, качестве, количе-*

*стве*, т.е. о тех факторах, которые можно понять и количественно измерить. Профессионализм работника сервиса в том и состоит, чтобы воспринять и учесть подспудные потребности клиента. Работнику сервиса важно проявлять такт, обладать мажорным психологическим настроем и вести себя безупречно.

Работник сервиса должен быть тонким психологом, он должен понимать, что нередко мимика и жесты человека выражают больше, чем его слова, поэтому работник должен уметь распознавать эмоциональные состояния и соответствующие этому потребности клиента.

Только настроившись на одну волну с клиентом, можно вызвать желаемую реакцию и чувство удовлетворения у клиента.

В современных условиях рынок сферы услуг превращается из рынка продавцов в рынок потребителей, он характеризуется избытком предложения схожих товаров (услуг).

**СОВЕРШЕНИЕ ЗАКАЗА ОБЫЧНО ПРОИСХОДИТ В ТРИ ЭТАПА.**

1. **Первое посещение фирмы** клиентом может быть вызвано потребностями, которые и становятся побудительным мотивом прихода человека на предприятие сервиса. Клиент имеет определенную установку на получение той или иной услуги. Под установкой следует понимать внутреннее состояние постоянной готовности приобрести нужную услугу. Эту установку можно условно назвать «представлением об услуге». Причем представление может быть как конкретным так и расплывчатым.

Если предлагаемая услуга соответствует представлениям клиента о ней, то у него появляется желание сделать заказ. При этом в воображении заказчика возникает представление обладания данной услуги (изделием), когда услугу (изделие) воспринимают и оценивают не саму по себе, а включают в сугубо определенную личностную ситуацию (например, цвет костюма оценивается в соответствии с имеющейся обувью и т.д.).

2. **Принятие решения сделать заказ или же отказаться от него.**

Результат зависит от степени расхождения представления об услуге с представлением обладания ею.

На принятие решения влияет ряд дополнительных факторов.

- 1) Соответствие изделия (услуги) моде, цене и другим представлениям человека: так, невысокая цена делает заказ выгодным, но вызывает настороженность и недоверие в отношении качества, высокая цена обычно служит показателем добротности изделия (услуги), но затрудняет принятие решения.
- 2) Разнообразие ассортимента услуг (изделий): следует помнить, что слишком большой выбор (когда «глаза разбегаются») некоторым людям затрудняет и усложняет выбор чего-то определенного. Не рекомендуется одновременно показывать более трех образцов.
- 3) Особенности личности заказчика (бережливость — расточительность, доверчивость — недоверчивость и др.)
- 4) Настроение клиента.
- 5) Четкость организации работы предприятия: деловитость, компетентность работников, их внимательное, заинтересованное отношение к посетителям.

### **3. Совершение заказа или отказ от него.**

#### **ТАКТИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ЭТАПАХ СОВЕРШЕНИЯ ЗАКАЗА.**

На первом этапе необходимо овладеть вниманием клиента, вызвать к услуге интерес, желание приобрести.

Для этого используют рекламные проспекты, наглядно оформленные витрины, демонстрация моделей, реклама в газетах, на радио, телевидении и т.д.

При этом имеет значение умение работника контактной зоны войти в контакт с посетителем.

Демонстрируя изделие или услугу, нужно:

- подчеркнуть их достоинства, дать точные характеристики;



- обеспечить доступ к изделию (рекламным проспектам об услуге);
- проводить показ в достаточно быстром темпе (учитывая темперамент клиента), так как излишняя медлительность утомляет, но не слишком торопясь (спешка воспринимается как нежелание работника уделять ему достаточно внимания);
- не навязывать свою оценку услуги (изделия), это, по возможности, должен делать сам клиент.

На **втором этапе** задача работника контактной зоны — умело стимулировать решение клиента сделать заказ.

Следует грамотно обосновывать цену изделия, подчеркнуть его качества, отметить соответствие требованиям моды и др.

Крайне желательно свою речь строить в диалоге с клиентом. Решение клиента часто обуславливается несколькими мотивами. Надо умело подвести клиента к принятию положительных решений, но при этом ничего не навязывая.

Поведение клиента может быть активным и пассивным.

В первом случае клиент пришел с уже готовым решением и четко излагает свои желания.

Во втором случае клиент зачастую не решается сделать заказ. Такого клиента необходимо подробнее расспросить о его желаниях и быть при этом очень терпеливым.

Если клиент колеблется, нужно попытаться выяснить причину этого. При этом нужно расположить заказчика к себе, помочь советом и быть осторожным, деликатным.

Если клиент все же уходит, то работник не должен выражать недовольство за якобы напрасно потраченное время. Наоборот, нужно поблагодарить клиента и выразить надежду, что он зайдет еще раз.

Если человек в дальнейшем решится сделать заказ, он сделает его там, где с ним были обходительны.

**Третий этап — завершение процесса обслуживания.**

Клиент будет чувствовать удовлетворение, если на этом этапе работник одобрит его приобретение.

## Ключевые факторы успеха в процессе продаж

Помните, что процесс производства любого товара или услуги заканчивается тогда, когда этот товар (услуга) куплен.

Существуют определенные технологические подходы к процессу продаж, у него есть свои нормы, стандарты, эталоны, обеспечивающие успешность.

Успешных в этих сферах профессионалов отличают профессиональный рост, они:

- всегда уважаемы и желанны, так как если финансовая независимость — это ваш вклад в настоящее, то профессиональный рост — это вклад в будущее;
- финансовая независимость возникает, когда вы делаете то, чего делать не хочется, но надо, чтобы заработать, и вместе с тем вы не отказываете себе в том, что делать очень хочется, но не получается, так как не хватает денег;
- стремятся к приобретению социального статуса или «карьерному росту», так как именно это дает человеку впоследствии личную свободу и власть.

Итак, факторы успеха — это:

### 1. Сосредоточенность на результате.

Если у вас нет четких целей, намерений, планов, то вас поведут за собой желания и склонности других людей. Осознайте цели.

- а) Цели должны быть конкретны, измеримы, реалистичны, локализованы, в конкретном времени и пространстве и должны быть понятны для вас и определены по времени, а именно: конкретны, измерены, локализованы, определены во времени.

При этом самая большая проблема неуспешных людей в том, что они мечтают, планируют, опасаются, волнуются, *но ничего не делают.*

б) Проанализируйте реальные действия, приводящие к претворению в жизнь ваших целей.

Ваши действия зависят от того, во что вы верите. А от самих действий зависит, что вы будете иметь.

Отсутствие у вас самих веры в предлагаемые Вами продукты и услуги не делает вас успешными.

в) Важна вера в продаваемые вами продукты и услуги, а также в надежность и стабильность компании в целом. То есть важно вначале «продать» компанию и ее продукцию сотрудникам. Помните, что малейшая неуверенность продавца бессознательно передается клиенту. Кроме того, если вас одолевают сомнения в достижении результата, то все ваши действия совершаются в полсилы. Помните, что вы никогда не сможете продать больше, чем позволяете себе в своем сознании (а значит, и не сможете больше заработать).

## **2. Настойчивость.**

Одна из причин неуспеха сервисных сфер деятельности — это отказ от повторных попыток продаж после первой неудачи.

Каждое «нет» вашего клиента — это часть вашего пути к успеху. Есть выражение — «негативный результат — это тоже результат», так как несмотря ни на что вы настойчивы, изгоняете страх перед ошибками и провалами, рискуете, когда это необходимо. *Открыто принимайте ошибки и неудачи, пытайтесь, ошибайтесь, проигрывайте, пытайтесь снова, ошибайтесь меньше, выигрывайте.*

## **3. Готовность принять вызов.**

Бизнес — это зачастую прыжок в неизвестное с завязанными глазами. Порой самый большой риск — это избегание всякого риска.

Чтобы при продажах получить одно «да», приходится услышать тысячу «нет». Поэтому если вы изо всех сил избегаете слова «нет», то тем самым лишаете себя возможности услышать долгожданное «да».

В продажах есть понятие «воронка продаж». Количество людей вверху воронки — это все ваши вероятные

клиенты, люди, с которыми вы вошли в первичный контакт. Количество людей внизу воронки — это ваши реальные покупатели.

Соотношение же «да» и «нет» определяет эффективность вашей работы.

#### **4. Активность.**

Продажа товара или услуги — это активное привлечение покупателя, это творческий процесс выхода на все новых и новых клиентов. Все ваши потенциальные клиенты за дверями, в которые надо достучаться, но дверей, в которые можно достучаться, гораздо больше, чем вы думаете. Вы должны бороться за место в сознании клиента, за его деньги, за территорию, где он проживает.

Работнику сервисных специальностей «необходимо уравновесить у клиента два противоположных мотива. Один из них состоит в стремлении приобрести определенные товары и таким образом удовлетворить желания; другой мотив — стремление избежать определенных усилий и затрат» (*А. Маршал*).

Так как сегодня покупатель находится в ситуации сверхвыбора, то к нему приходится относиться как к капризному ребенку.

### **Пять ключевых этапов в процессе продаж**

Персональная продажа — это ряд последовательных действий, совершаемых продавцом товаров и услуг с целью убеждения покупателя.

Работнику сервисной сферы чаще всего приходится преодолеть пять основных барьеров, мешающих покупателю принять решение:

- нет доверия — его надо построить;
- нет осознания потребности — ее надо определить;

- нет желания приобретения конкретного товара или услуги, его (желание) надо породить;
- нет уверенности — ее надо привнести;
- нет срочности — ее надо привнести.

Очень важно сформировать долговременные отношения с клиентами. При этом важное значение имеет имидж компании, слагаемый из имиджа всех ее сотрудников.

Практически в каждой продаже можно выделить пять ключевых этапов.

1. Установление контакта с клиентами.
2. Сбор информации, разведка.
3. Презентация коммерческого предложения.
4. Работа с возражениями.
5. Завершение продажи.

Каждый этап имеет свои особенности, задачи, методы. Каждый этап имеет свое начало и конец, успех одного этапа определяет успех последующего. На каждом этапе нет успехов и поражений, есть только реализованные или же упущенные возможности.

### **Пять правил прохождения этапов продаж**

- **Переход на следующий этап**
  1. Переход на следующий этап целесообразно делать после выполнения задач текущего этапа.
- **Баланс времени**
  2. Нахождение на каждом этапе ограничено и пропорционально общей длительности процесса продажи товара или услуги.
- **Контроль очередности этапов**



3. Если клиент пытается перескочить через этап, разрешите ему, но затем возвращайтесь к исходному этапу.

■ **Контроль за эмоциями клиентов**

4. Движение по эмоциональным этапам должно идти от страха — сомнения — безразличия к интересу — желанию — согласию.

■ **Поведение, соответствующее ситуации**

5. На каждом этапе работник должен использовать техники, адекватные конкретным ситуациям продаж, степени подготовленности покупателей, степени доверия к компании, продукту (услуге), работнику.

С психологической точки зрения рекомендуется в фирме формировать свой сценарий продаж, в котором записывают наиболее сильные фразы, способные пробиться в сознание клиента, описывающие выгоды, получаемые клиентом от приобретения товара (услуги); наиболее убедительные ответы на возражения клиента; фразы, способные подтолкнуть клиента к благоприятному для вас решению. Сценарий не лишает продавцов инициативы, но у них появляется выбор, что говорить в той или иной ситуации.

Работник сервиса, находящийся на передовой линии контакта с клиентом, должен уметь:

- 1) рассказывать клиенту о продукте убедительно и красиво;
- 2) доказать клиенту уникальность ваших предложений, но с позиции его личных выгод;
- 3) изменять невыгодные для вас стереотипы клиента и формировать у него потребность в вашем продукте (услуге).

**КОРПОРАТИВНАЯ КНИГА СЦЕНАРИЕВ ПРОДАЖ ДОЛЖНА СОДЕРЖАТЬ:**

- 1) описание конкретных преимуществ вашей фирмы;
- 2) описание десяти самых важных фактов о вашей компании, вызывающих к ней доверие;

- 3) эффективные фразы приветствий и прощаний с клиентом;
- 4) удачные вопросы к клиенту, позволяющие понять его потребности и разговорить его;
- 5) десять типичных возражений клиентов и тридцать эффективных способов ответа на них;
- 6) удачные способы перевода свойств вашего предложения на язык выгод клиента;
- 7) наиболее удачные метафоры, сравнения применительно к вашему товару (услуге);
- 8) причины, чтобы купить именно ваш товар (услугу);
- 9) причины, чтобы купить товар именно в вашей фирме.

## **Установление контакта с клиентами**

Первые 30 секунд после того, как клиент вас увидел или услышал, он активно формирует о вас свое первое впечатление. Это происходит автоматически, возникает вопрос: наводить мосты или строить оборонительные сооружения? Ответ на этот вопрос определяет дальнейшую стратегию поведения клиента.

Первое впечатление клиента о вас влияет на решения клиента в последующие дни, месяцы, годы. При установлении контакта с клиентом у вас нет репетиций, клиенту надо понравиться с первого взгляда.

Клиент должен увидеть в вас профессионала, которому можно доверять, который уважает его интересы, разделяет его ценности.

Помните, что клиенты хотят большего, чем просто продукт или услуга: они хотят, чтобы к ним хорошо относились.

Эл. Райс: «Люди страдают той же болезнью, что и товары: они хотят нравиться всем без исключения».

Клиент, наблюдая за вами, ищет ответы на вопросы:

- Можно ли доверять этому человеку?
- Насколько этот человек профессионален?
- Насколько он сам верит в предлагаемый товар (услугу)?

Поэтому только после того, как вы сформировали веру в ваши услуги у сотрудников, вы сможете «продать» клиенту идею о том, что вашей компании можно доверять. Ведь только доверяя продавцу, человек разрешает ему оказывать на себя давление.

- Деньги клиент отдает только тому, кому доверяет.
- Помните, что доверие — фундамент отношений.

Основное требование к профессии работника сервиса — это умение создать позитивное отношение к тому, что он делает.

Установлено, что те, кто успешно занимаются продажами, в момент встречи с потенциальным клиентом, вне зависимости от того, что происходило до этого, обладают уникальной способностью порождать в себе ресурсное состояние, проявляя энтузиазм, энергию, эмоциональность.

Успех определяется тем, насколько продавец способен заразить клиента своей верой, энтузиазмом, эмоциональностью. Вы должны привлекать внимание к себе, а свое отдавать клиенту.

Любая встреча должна начинаться со зрительного контакта. Элементы невербального поведения при встрече определяются бизнес-этикетом, который должен демонстрировать значимость, важность для вас клиента, создать ему удобства, безопасность, комфорт.

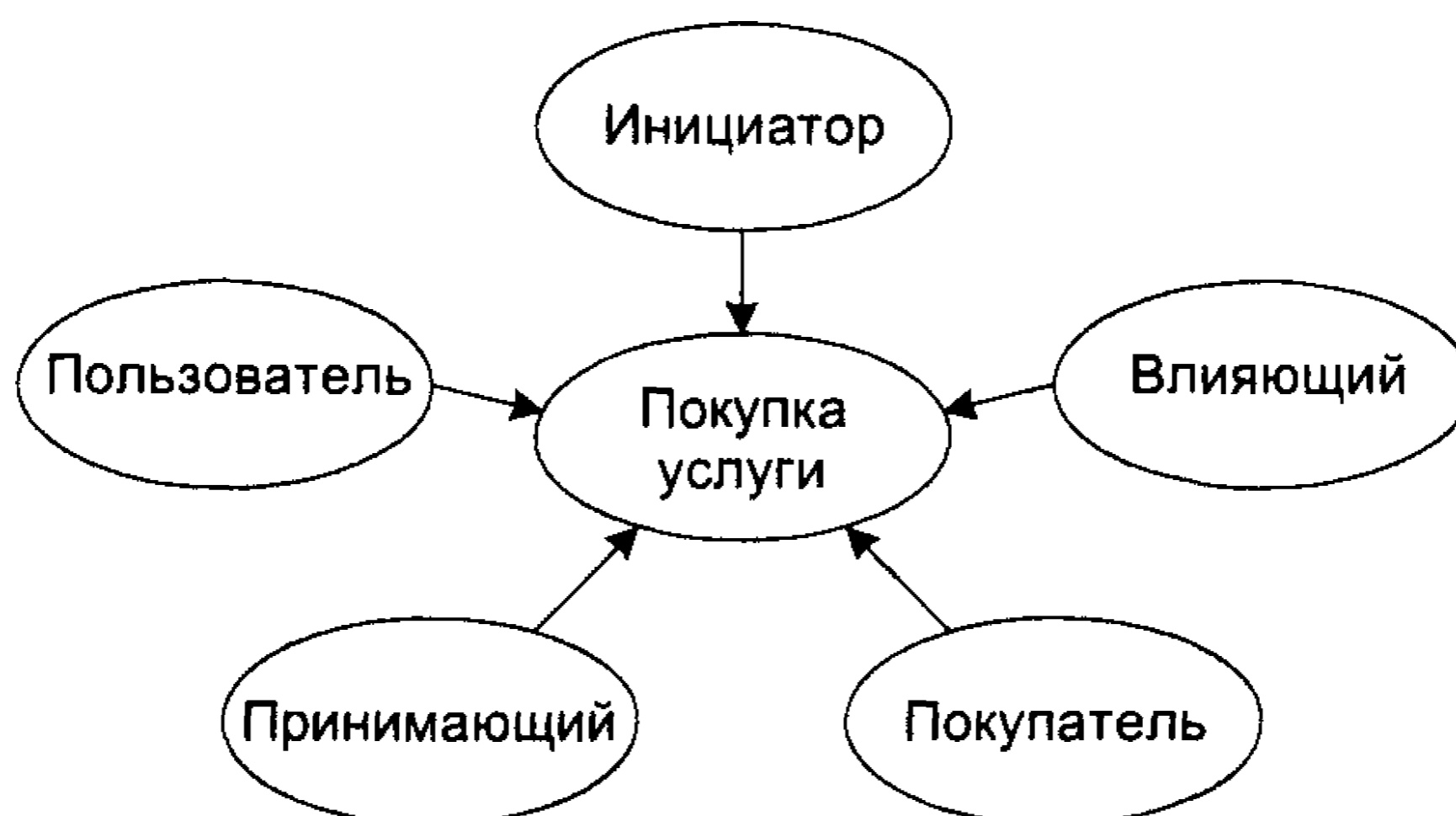
Профессиональный внешний вид и личная гигиена — составляющие успеха на этом этапе. Будьте готовы к тому, что вас будут оценивать и рассматривать.

Общение между продавцом и клиентом происходит по трем каналам: вербальному, визуальному, звуковому.

Эти каналы обладают различной эффективностью по воздействию на клиента:

- 10% — вербальное воздействие, определяемое значением слов, которые мы произносим;

- 30% — воздействие, оказываемое тембром голоса, мелодичностью, ритмикой;
- остальные 60% — это воздействия, оказываемые движениями, взглядами, одеждой, выражением лица, манерой поведения.



**Рис. 9. Участники решения о покупке**

- Инициатор — тот, кому первому пришла идея сделать покупку услуги;
- влияющий — который обладает достаточным авторитетом;
- принимающий решение — чье слово оказалось решающим;
- покупатель — кто оплачивает покупку;
- пользователь — кто употребляет ее по назначению.

Успех организации в обслуживании клиента способствует его удержанию, так как известно, что затраты на удержание постоянного клиента составляют 20% того, что пришлось бы затратить на привлечение нового.

Итак, сервис как система индивидуального обслуживания предполагает комплекс организационных, технических и технологических видов деятельности по обеспечению комфортности жизнедеятельности людей.

А так как решение о покупке принимается под влиянием многих факторов, достаточно часто участников решения о приобретении того или иного товара и услуги несколько, то необходимо разобраться в проблемах, мотивирующих потребителя.

## **Контрольные вопросы и задания**

---

1. Охарактеризуйте сервисную деятельность, ее задачи.
2. Дайте характеристику видов сервиса.
3. Охарактеризуйте показатели уровня сервиса, параметры ассортимента услуг.
4. Охарактеризуйте сервис с учетом параметров стабильности и четкости обслуживания.
5. Дайте характеристику экономическим параметрам сервиса.
6. Укажите правила эффективного сервиса.
7. Охарактеризуйте культуру сервиса. Соотношение психологического своеобразия и особенностей взаимодействия работника сервисной сферы и клиента.
8. Этапы совершения заказа, их характеристика, тактика обслуживания на этапах.
9. Техники продаж. Правила их осуществления.
10. Дайте характеристику участникам решения о покупке.

---

## **Тема 9**

---

### **МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

Несмотря на широкое признание, теории А. Маслоу недостаточно для того, чтобы объяснить поведение современных потребителей во время покупки. Невозможно их разбить на категории, хотя у них могут быть некоторые общие характеристики, но чаще всего они представляют огромное разнообразие. Более того, характеристики потребителя — образ жизни, вкусы, ожидания и требования — постоянно меняются и развиваются.



Побудительные мотивы покупателей могут оказаться весьма сложными, каждый покупатель воспринимает один и тот же товар по-своему, это восприятие может быть уникальным, эмоциональным, обусловленным усталостью, а потому — нелогичным и переменчивым. У ряда же потребителей оно может быть сверхлогичным, вызванным рядом последовательных шагов, направленных на аналитичное и взвешенное решение о покупке.

Причем, приобретая один и тот же товар, разные люди могут иметь разные потребности и руководствоваться разными мотивами, при этом каждый человек может иметь сразу несколько мотивов при совершении одной покупки.

Основные потребности человека мало менялись на протяжении всей истории развития экономики. Способы же удовлетворения этих потребностей претерпели значительные изменения в эпоху развития информационных технологий. Современные потребители отличны в своем образе жизни, вкусах, ожиданиях, требованиях.

В результате возникает стратегия «Один на один», основанная на главном принципе: разных покупателей необходимо и обслуживать по-разному.

Причем все характеристики потребителей постоянно меняются и развиваются. Исследователи поведения потребителей анализируют то, как индивидуумы принимают решение о покупке, что покупают, почему, как часто, где и когда. Они используют информацию из концепций и теорий, разработанных в других областях наук, таких как психология, социология, социальная психология, антропология, культурология, экономика.

В опубликованном в 1979 г. исследовании R. Olshavsky и D. Grabois «Принятие потребительского решения — факт или фантазия?» было продемонстрировано, что подавляющее большинство повседневных покупок осуществляется без какого-либо поиска информации и оценки альтернатив. М. Дымшиц отмечает, что проведенные за 20 с лишним лет разнообразные исследования позволяют утверждать, что, в отличие от широко распространенной и активно продвигаемой рекламным и пиар-

бизнесом, а также индустрией средств массовой информации модели «лояльного потребителя», большую реальность и распространенность имеет «безразличный потребитель» (более 90% потребителей в любой товарной группе).

Такого потребителя отличают:

1. Получение информации случайным образом.
2. Использование уже имеющейся у него информации.
3. Пассивное восприятие рекламы, что обеспечивает ее эффективность.
4. Покупка, а лишь затем оценка брендов.
5. Стремление к определенному уровню удовлетворения, приобретение товара, вызывающего наименьшее число проблем, использование при его оценке ограниченного набора критериев.
6. Референтные группы оказывают малое влияние на такого потребителя, на его индивидуальное потребительское поведение

Окончательный выбор покупателем товара формируется под воздействием множества культурных, социальных, личностных и психологических факторов, причем решающая роль в данном процессе принадлежит культуре.

## **ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

### **А. Культурные факторы**

К важнейшим факторам, влияющим на поведение потребителя, относятся культура потребителя, его принадлежность к определенному социальному классу и субкультуре.

**Культура.** В процессе социализации в семье и других общественных инстанциях человеку прививаются ценности, стереотипы восприятия и поведения. Известно, что культура руководит и направляет наше мышление и поведение, поэтому имеет значительное влияние на наши решения о потреблении.

Культура может быть определена как накопление ценностей, норм поведения, форм выражения, убеждений, передаваемых примеров поведения группы людей, живущих в одном окружении и говорящих на одном языке. Культура имеет тенденцию поощрять или препятствовать какому-то поведению человека и образу мыслей. Ясно, что культура руководит и направляет наше мышление и поведение, поэтому имеет значительное влияние на наши решения о потреблении.

**Субкультура.** Каждая культура состоит из субкультур, с которыми индивид более тесно себя отождествляет. Группы, члены которых придерживаются идеалов и убеждений, отличающихся от принятых в основной массе общества, частью которого они являются, называются *субкультурой*.

Субкультуры формируются на национальной, религиозной, расовой основе. Представители субкультур могут иметь жесткие предпочтения к определенному типу одежды, еды, жилищу и пр. Конфликты в общении и даже разрывы могут возникать из-за различий в культурах торговых работников и покупателей.

## **Б. Социальные факторы**

**Социальные классы** — это относительно однородные, стабильные общественные группы, члены которых объединены едиными ценностями, интересами, поведением. Социальный статус — это положение индивидуума относительно остальных членов общества в терминологии некоторых измеримых демографических характеристик, таких как образование, профессия, доход. Как социальный класс идентифицируются индивидуумы с одинаковым или похожим статусом. Считается, что люди одного социального класса имеют аналогичные ценности, убеждения, образ жизни, предпочтения и покупательские привычки. Понимание различий между социальными классами помогает компаниям разрабатывать разные услуги для того, чтобы выполнять различные потребности людей в различных группах.

Таким образом, социальный класс состоит из людей, которые близки по роду занятий, ценностям, стилю жизни, интересам и поведению.

Критерий, принимаемый для распределения людей в соответствии с социальным классом, меняется при переходе от одного общества к другому (владение землей, образование и пр.).

Сколько же социальных классов существует? Четкого ответа на этот вопрос нет, но социологи обычно оперируют количеством от трех до шести. Одной из категорий является *высший класс*, сформированный обычно потомственными аристократами, обладающими состоянием, передаваемым по наследству. Они покупают дома, получают звания, путешествуют по миру, склонны приобретать качественный товар.

*Низший класс*. Его представители характеризуются низким образованием и низкими доходами.

*Средний класс*. Кроме культурных, на потребительское поведение оказывают влияние такие социальные факторы, как референтные группы, семья, ролевое поведение, статусы.

Группа — это совокупность людей, объединенных общими интересами. Группы формируются, потому что люди с аналогичными интересами, целями, ценностями или убеждениями хотят объединиться друг с другом, обмениваться информацией или работать на общие цели.

**Референтные группы** — это группы, которые оказывают (при личном контакте) прямое или косвенное влияние на отношение индивида к чему (кому)-либо и на его поведение, влияют на покупательские решения людей. Группы, члены которых оказывают непосредственное влияние на человека, называются *группами членства*.

Эти группы могут быть *первичными* (семья, друзья, соседи, коллеги по работе — все те общности, взаимодействие индивида с членами которых несет постоянный и неформальный характер) и *вторичными* (профессиональные коллективы, религиозные профсоюзные объединения). Общение человека с их участниками носит периодический характер.

Референтные группы оказывают влияние на индивида в трех направлениях:

- оказывают влияние на отношение индивида к жизни и его представление о самом себе;

- могут воздействовать на выбор человеком конкретных товаров и торговых марок;
- подталкивают человека к изменению поведения и стиля жизни.

Группы, к которым человек хотел бы принадлежать, называются *желательными группами*. В свою очередь, объединения ценности и поведения членов, которых человек отвергает, — это *нежелательные группы*.

Наиболее сильное влияние референтные группы оказывают на выбор торговых марок автомобилей, цветных телевизоров, модных наборов мебели и одежды, при покупке пива и сигарет.

И если влияние референтных групп очень сильно, необходимо устанавливать возможные методы влияния на носителей этого мнения. Рекламные кампании, обращаясь к определенной группе, призывают ее членов делать покупки для того, чтобы соответствовать нормам и ценностям группы.

*Носители мнения* — это индивиды, которые в неформальном разговоре дают собеседникам советы или информацию по конкретным товарным категориям (какую марку лучше выбрать или как использовать тот или иной товар).

**Семья** — важнейшее социальное объединение потребителей / покупателей. Различают два типа семей:

- *наставляющая* — состоит из родителей индивида и его родственников. Здесь определяются жизненные цели, чувства самооценности и любви, определяются позиции по политическим и экономическим проблемам;
- *порожденная* — это супруг(а) и дети; данная семья оказывает более прямое влияние на покупателя.

Решение о крупной покупке в семьях различных наций принимают по-разному. Поставщикам товара следует определить, кто из членов семьи оказывает решающее влияние на выбор. В последнее время большое влияние на процесс принятия покупательских решений оказывают дети. В компаниях, стремящихся завоевать рынки сбыта услуг, знакомят детей со своими товарами.



Домашнее хозяйство с двумя или более людьми —потребительская единица. Услуги, такие как телефон, кабельное телевидение, электричество, вывоз мусора, безопасность, милиция, пожарная охрана, предлагаются домашним хозяйствам, поэтому перемены в демографии домашнего хозяйства и образцах потребления обычно более важны для предложения этих услуг, чем перемены в общих характеристиках населения.

**Роль** — это набор действий, исполнения которых ожидают от человека окружающие его лица. Таким образом, ролевое воздействие определяется совокупностью характерных черт и социального поведения, основанного на ожиданиях других людей. Все роли, которые мы на себя принимаем, влияют на наше покупательское поведение. Так, женщина в роли хозяйки дома будет иметь одни потребности. В роли же менеджера может ощущать потребность в приобретении строгого гардероба и пр.

Каждой роли соответствуют определенные статусы.

Обычно люди покупают товары, которые должны подтверждать и укреплять их социальный статус.

## **ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ**

### **В. Личностные факторы**

Личностные характеристики: возраст и этап жизненного цикла семьи, работа, экономическое положение, образ жизни, особенности самооценки и характера, эмоции, восприятие.

### **Возраст и этап жизненного цикла**

На протяжении жизни человек приобретает самые разные товары и услуги, что зависит от возраста, изменяющихся индивидуальных вкусов.

Структура потребления индивида зависит от того, на какой стадии жизненного цикла находится его семья. Выделяют девять этапов жизненного цикла семьи, для каждого из которых характерны определенные финансовые положения и типичные покупки.

Современные исследования установили существование психологических этапов жизненного цикла человека, когда каждый человек переживает определенные психологические «переходы» или «трансформации».

## **Род занятий и экономическое положение**

Компании, реализующие товары, должны определять профессиональные группы, заинтересованные в приобретении конкретных товаров и услуг. Производители товаров, сбыт которых зависит от уровня доходов покупателей, постоянно следят за тенденциями в изменении личных доходов населения, нормы сбережений и процентных ставок.

И если экономические показатели свидетельствуют о сокращении доходов населения, то компании могут предпринять шаги по изменению характеристик продукта, его цены, позиционирования, чтобы товар по-прежнему представлял ценность для потребителя.

## **Стиль жизни**

Это форма бытия человека в мире, выражающаяся в его деятельности, интересах, мнениях.

Обычно выделяют пять основных стилей жизни.

- **Гедонический** — это пристрастие к развлечениям.
- **Хозяйственный** — пристрастие к домашнему хозяйству, работе на даче и др.
- **Трудоголический** — очень высокий оценочный рейтинг работы, стремление к самосовершенствованию: чтение художественной литературы, просмотр телепередач, пассивный отдых, компьютерные игры и пр.

- **Общительный** — любят проводить время с семьей, друзьями, посещать театры, музеи, путешествовать.
- **Нейтральный** — при этом стиле жизни рейтинг любимых занятий близок к средним значениям.

Поведение потребителя, отражающее тот или иной стиль жизни, определяет поиск товара или услуги, максимизирующий их функцию полезности.

В зависимости от психографических характеристик выделяют потребительские группы.

Так, американцев подразделяют на следующие потребительские группы.

- **Реализующие** — успешны, развиты, активны. Не боятся брать на себя ответственность. Их покупки говорят об утонченном вкусе и тяготении к дорогим товарам высокого качества, ориентированным на конкретные потребительские группы.
- **Выполнившие** — люди зрелые, обеспеченные и довольные жизнью. Часто проводят время в раздумьях и созерцании. В товаре ценят прочность, функциональность и ценность.
- **Достигающие** — преуспевают, делают карьеру, главное для них — работа. Выбирают престижный товар, который говорит коллегам о достигнутых его владельцем успехах.
- **Экспериментирующие** — молоды, полны энергии и энтузиазма, импульсивны, бунтовщики. Направляют относительно большую часть доходов на приобретение одежды, посещение ресторанов, кинотеатров, покупку видеофильмов.
- **Убежденные** — консерваторы, привержены традициям, ничем не примечательны. Отдают предпочтение знакомым товарам и известным маркам.
- **Старающиеся** — не уверены в себе, ощущают незащищенность, ищут одобрения своим действиям, их возмож-

ности ограничены. Оказывают предпочтение стильным товарам, которые покупаются людьми с большим, чем у них, достатком.

- **Делающие** — отличаются практичностью, самодостаточны, традиционны, ориентированы на семью. Покупают только имеющие практическую или функциональную ценность товары: инструменты, рыболовные принадлежности и т.д.
- **Сопrotивляющиеся** — старше возрастом, пенсионеры, пассивны, озабочены, их возможности ограничены. Осторожные покупатели, отдающие предпочтение давно знакомым маркам.

Схемы, классифицирующие по стилям жизни, не универсальны. Например, Лондонская Mc Cann — Frickson London считает, что англичане делятся на авангардистов (заинтересованы в переменах), догматиков (традиционалисты), хамелеонов (следуют за толпой), сомнамбул (довольные жизнью неудачники).

Макдоналд выделил шесть типов покупателей:

- **оценивающие** — заинтересованные в поиске оптимального соотношения цены и качества;
- **модники** — интересуются последними моделями, ориентированы на собственный имидж;
- **лояльные** — постоянно покупают продукцию одних и тех же уважаемых фирм, уделяют значение как имиджу, так и качеству;
- **любители разнообразия** — непостоянны, капризны, непоследовательны;
- **покупатели на отдыхе** — ценят удовольствия, связанные с приобретением покупок;
- **эмоциональные** — часто растеряны, импульсивны, не систематичны в своих пристрастиях.

В 1992 г. рекламное агентство D'Arco, Ma sins, Benton & Bowles опубликовало исследование «Русский потребитель: но-

вая перспектива и маркетинговый подход», в котором описаны пять категорий российских потребителей: купцы (торговцы), казаки (амбициозные, заинтересованные в повышении статуса), студенты, руководители компаний и русские душой (пассивные, боящиеся делать выбор) — это примитивное представление западных специалистов требует, конечно же, преодоления.

Стереотипы потребительского поведения представителей российского среднего класса оказываются более сложными, чем у «новых русских» и «бедных».

Средний класс включает в себя профессионалов, управленцев, людей свободных профессий, большинство служащих. Средний класс в современном обществе — это люди, живущие по стандартам аристократов столетней давности.

Критерии отличия среднего класса от других групп: высокое образование, доходы 100—3000 долларов в месяц, они задают нормы поведения в обществе, являются эталоном культуры, стиля жизни.

Причем нефтяник может получать больше или столько же, сколько начинающий менеджер, но деньги тратит он по-другому, у него другие представления о том, как одеться, какие книги читать, как проводить досуг. Он не будет дотошно искать обувь своей фирмы, не сэкономит на ежедневном питании, чтобы посетить любимый клуб.

Положение среднего класса на рынке труда определяется квалификацией и тем, что деньги на них не свалятся неожиданно. Как потребители они чувствительны к ценам, их поведение определяется строгим экономическим расчетом, не хотят тратиться просто так и платить слишком много. Они образованные люди, имеют «чувство» эстетики и качества товара. Уровень их потребления ориентирован на престижность, экономичность, рациональность.

По словам одного из маркетологов, «средний класс — самый требовательный покупатель, ему нужно угодить по моде, по комфортности, по практичности». Поведение их демонстративно, им необходимо показывать свой статус.

В России представители среднего класса делятся на три группы в зависимости от уровня их доходов:



1% населения	—	1000—3000 долларов
5—10%	—	300—800 долларов
15—20%	—	приблизительно 100 долларов.

## Типология личности по К.Г. Юнгу и покупательское поведение. Соотношение поведенческих моделей продавца и покупателя

**1. Экстравертный тип личности** — всех называет своими друзьями, любит работать в одной большой комнате со всем коллективом, любит громкие звуки и громкую музыку. Направлен вовне, чаще оптимист. Любит активный отдых в компании. Говорит и думает одновременно. Стремится знать, что думают о нем другие. Открыто выражает эмоции, хороший рассказчик.

**Интровертный тип личности** — имеет 2—3 друзей, любит работать в отдельном кабинете. Любит работать в тишине или при звучании тихой инструментальной музыки. Направлен вовнутрь, чаще пессимист.

Любит тишину и одиночество. Сначала думает, потом говорит.

Таблица 8

### ХАРАКТЕРИСТИКА ПОВЕДЕНИЯ ПРОДАВЦА И ПОКУПАТЕЛЯ ЭКСТРАВЕРТНОГО И ИНТРОВЕРТНОГО ТИПОВ ЛИЧНОСТИ

Экстраверсия (E)		Интроверсия (I)	
Продавец	Покупатель	Продавец	Покупатель
Разговорчив и общителен	Не боится общения	Способен слушать и слышать клиента	Уходит от общения, может казаться безразличным
Контролирует ситуацию общения	Открыт, много говорит	Дает клиенту шанс принять собственное решение	Надо дать ему осмотреться

## Экстраверсия (E)

## Интроверсия (I)

Продавец	Покупатель	Продавец	Покупатель
Легко вступает в контакт, объединяет людей	Имеет потребность высказаться, рассуждает вслух	Лаконичен	Чтобы разговаривать, надо спрашивать
Объединяет людей	Свое мнение по любому поводу	Мало энтузиазма	Не любит, когда его перебивают
Выражена лицевая экспрессия	Эмоционально реагирует в конфликте	Эмоционально не реагирует	Холоден и незмоционален
<i>Источники:</i> Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж. М.: Эксмо, 2002. С. 194			

**2. Ощущающий тип личности** — полагается на ощущения и реальные факты, рассуждает от частного к общему. Ориентирован на настоящее. За деталями может не видеть сути. Как руководитель тонет в деталях. Чтобы понять происходящее, смотрит и слушает, любит выяснять подробности. Чаще принимает стандартные решения. Не терпит орфографических ошибок. Практичен.

Его еще называют «конкретный тип личности», так как он живет в мире реальных ощущений, доверяет глазам, ушам, ощущениям, замечает детали.

**Интуитивный тип личности** — полагается на интуицию и опыт. Рассуждает от общего к частному. Ориентирован на будущее. Часто «витают в облаках», не чувствует землю под ногами. Как руководитель дает слишком общие указания. Любит оригинальные решения, общие описания. Рассеян. Читает быстро, не всегда обращая внимание на ошибки.

Его еще называют «абстрактным типом личности», он живет в мире теорий и обобщений, воспринимает мир через призму внутренних концепций и схем.

**ХАРАКТЕРИСТИКА ПОВЕДЕНИЯ ПРОДАВЦА  
И ПОКУПАТЕЛЯ ОЩУЩАЮЩЕГО (КОНКРЕТНОСТЬ S)  
И ИНТУИТИВНОГО (АБСТРАКТНОСТЬ N) ТИПОВ ЛИЧНОСТИ**

Продавец	Покупатель	Продавец	Покупатель
Конкретное и детальное знание продукта	Дотошный, задает конкретные вопросы и ждет конкретных ответов	Силен в продажах сложных продуктов	Интересуется обобщениями
Фиксация на конкретных фактах и результатах	Любит потрогать, пощупать, примерить	Способен увлечь, заразить энтузиазмом	Реагирует на слоганы. «Престиж» и «бренд» для него не пустые слова
Опасен перегрузкой клиента ненужной информацией	Ждет подробных объяснений	Может описать товар в терминах пользы для будущего	Плохо вникает в логику. Ждет от продавца энтузиазма
<i>Источники: Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж. М.: Эксмо, 2002. С. 195</i>			

**3. Рассудочный тип личности** — принимают решения на основе фактов, объективных критериев, их трудно сбить с толку. Ведут себя достаточно жестко («классический генерал»). Четко следуют правилам. Оценивают других по их делам. Могут обидеть, даже не заметив этого. Не понимают чувств и эмоций других. Спорят для достижения истины, могут идти на обострение конфликта.

**Чувствующий тип личности** — принимают решения на основе эмоций и чувств — «сердцем». Легко поддаются уговорам. Нарушают правила. Оценивают других через призму отношений. Уважают чувства других. Предвидят эмоции других, не переносят споров. Стремятся сглаживать острые углы.

**ХАРАКТЕРИСТИКА ПОВЕДЕНИЯ ПРОДАВЦА  
И ПОКУПАТЕЛЯ ЛОГИЧЕСКОГО (Т) И ЧУВСТВУЮЩЕГО (F)  
ТИПОВ ЛИЧНОСТИ**

Продавец	Покупатель	Продавец	Покупатель
Хорошо убеждает, используя логику и факты	Анализирует соотношение цена — качество	Легко говорит на языке выгод клиента	Ориентирован на выгоды для себя и других
Иногда больше хочет выиграть спор, чем продать товар	Подмечает в поведении продавца малейшие несоответствия слов и дела	Поддерживает клиента, даже если тот хочет отложить покупку	Очень чувствителен к отношению продавца
Не понимает чувств клиента	Может спорить	Излишне сочувствует клиенту	Может купить, только чтобы не обидеть продавца
<i>Источники: Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж. М.: Эксмо, 2002. С. 196</i>			

**4. Решающий тип личности** — для него работа — дело серьезное, он все заранее планирует, предпочитает планомерность, испытывает удовольствие от результата, прежде чем начинать новый проект, любит закончить предыдущий. Живет по расписанию, которое нелегко изменить. Может спокойно работать под давлением. Все, что наметил, выполняет. Наслаждается предвкушением будущего.

**Воспринимающий тип личности** — работа должна приносить ему радость, имеет «веер» возможностей, испытывает удовольствие от процесса. Любит быть свободным и не зависеть от планов, ведет несколько проектов одновременно. Легко меняет свои планы, переносит дела на следующий день, предпочитает свободный подход. Может довольствоваться или наслаждаться настоящим.

**ХАРАКТЕРИСТИКА ПОВЕДЕНИЯ ПРОДАВЦА  
И ПОКУПАТЕЛЯ РЕШАЮЩЕГО РЕЗУЛЬТАТ (J)  
И ВОСПРИНИМАЮЩЕГО ПРОЦЕСС (P) ТИПОВ ЛИЧНОСТИ**

Результат (J)

Процесс (P)

Продавец	Покупатель	Продавец	Покупатель
Дает точные ответы	Хочет получить ясные ответы на заранее подготовленные вопросы	Нетороплив, не давит на клиента	Проявляет нерешительность
Нацелен на завершение продажи	Нуждается в быстром закрытии продажи	Ведет клиента к принятию решения	В ходе продажи может несколько раз менять решение
Ценит время клиента	Ценит свое время	Может перескакивать с одного на другое	Требуется время для принятия решения
Порой отсутствует гибкость, бывает слишком напорист	Может быть категоричным, требовательным	Предоставляет клиенту слишком много выборов	Нуждается в специальных подходах для стимуляции его решения о покупке
<i>Источники: Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж. М.: Эксмо, 2002. С. 197</i>			

### Г. Экономические факторы

Экономические факторы в модели поведения потребителя учитывают понятие «полезности», т.е. способности товара или услуги удовлетворять конкретные желания потребителя (теория предельной полезности). На потребительский выбор влияют не только нужды, желания, но и рыночная цена, реальные доходы, закон социального сравнения.

Экономисты выделяют ряд закономерностей, влияющих на поведение потребителя.



- **Эффект цены** — заключается в том, что спрос на товар обуславливается качествами, присущими товару.
- **Эффект присоединения к большинству** — товар покупается потому, что его покупают большинство людей. Этот эффект выражает стремление людей не отстать от жизни, соответствовать тому кругу, в котором они хотели бы вращаться, чтобы быть модными, элегантными или не быть «белой вороной» и пр.
- **Эффект сноба** — объясняет потребление во имя статуса: другие представители значимой группы «нашего» сноба тоже потребляют этот товар, а те, кто не относятся к избранной группе, не покупают. Этот эффект зависит от поведения других в референтной группе.
- **Эффект Веблена** — заключается в показательном, демонстративном потреблении: товар имеет более высокую, а не низкую цену, приобретение его — это удовлетворение потребности в престиже, тщеславии. Этот эффект зависит от цены.

Отношение к ценам опосредовано доходами потребителей. Различают:

1. **Реальный доход** — возможность покупать те или иные товары с учетом изменения цен. Реальный доход — это покупательская способность располагаемой суммы денег. На него может влиять инфляция.
2. **Номинальный доход** — сумма денег, получаемых в единицу времени.
3. **Совокупный доход** включает в себя заработную плату, другие денежные начисления до уплаты налогов, а также льготы, дотации и прочие вещные и денежные блага.
4. **Располагаемый доход** — это то, что остается после уплаты налогов и обязательных платежей.

Ученые лаборатории экономической психологии Калужского государственного университета выделили шесть групп фак-

торов, влияющих на поведение потребителя: культурные, социальные, экономические, физические, ситуационные, психологические.

Культурные, социальные и экономические факторы мы рассмотрели выше.

**Д. Физические детерминанты потребительского поведения** — это прежде всего анатомические особенности человека: рост, размер, полнота, тип телосложения, физическое здоровье, а также психофизиологическое состояние и особенности природной среды.

**Ж. Ситуационные влияния** — это влияние времени суток, года, живого и неживого окружения, настроения до и после потребления (использования) изделия и т.д.

Связь доходов с потреблением изучал Дж. Кейне, отразив найденные закономерности в законе. Он утверждал, что предельная склонность к потреблению повышается по мере роста доходов, но медленнее, чем сам доход. «Доходное состояние» человека определяется величиной самого дохода, а также привычками, традициями, психологическими склонностями.

### **3. Психологические факторы**

Существенное влияние на поведение потребителя оказывают психологические факторы, к наиболее важным из которых относятся мотивация, восприятие, убеждения, установки, Я-концепция, психологическое состояние, познавательные процессы, ведущий род деятельности.

**1. Мотивация** — в любой момент жизни человек испытывает множество потребностей. Некоторые из них имеют биогенную природу, возникают при определенном физиологическом состоянии человеческого организма — голоде, жажде, температурном дискомфорте и пр. Природа других, скорее, психогенна, результат таких состояний психологического напряжения, как потребность индивида в признании, уваже-

нии или духовной близости. Большая часть человеческих потребностей не требует немедленного удовлетворения. Потребность становится мотивом в том случае, когда она заставляет индивида действовать, а ее удовлетворение снижает уровень психологического напряжения. Психологами разработано несколько основных концепций мотивации человека. Самые известные из них (З. Фрейд, А. Маслоу) рассмотрены выше. В контексте психологических влияний имеет значение также модель Ф. Герцберга. Он автор двухфакторной теории мотивации, в соответствии с которой недовольство человека и его удовлетворение определяются двумя группами различных факторов. Для того чтобы покупка состоялась, недостаточно отсутствие *фактора недовольства*, необходимо активное присутствие *фактора удовлетворения*. К примеру, отсутствие гарантии у компьютера может стать фактором недовольства. Но наличие обязательств по ремонту приобретенной техники не является фактором удовлетворения или мотивом, который подтолкнет к покупке, так как гарантия не послужит основным источником удовлетворения. На практике теория двух факторов применяется двояким образом.

- Во-первых, продавец должен избегать появления факторов недовольства (например, непонятная инструкция к компьютеру или же плохое обслуживание). Такие упущения не только не способствуют росту продаж, но и могут сорвать покупку.
- Во-вторых, производитель должен определить основные факторы удовлетворения или мотивацию к покупке товара и проследить, чтобы их наличие у товара не осталось незамеченным потребителем. Данные факторы согласно этой модели и определяют выбор покупателем той или иной торговой марки.

За каждым решением о совершении покупки стоит какой-то мотив. Под мотивом совершения покупки можно понимать возникшую потребность, желание, стимул. Такой мотив действует как фактор, порождающий соответствующее поведение, направленное на удовлетворение появившегося желания. Распознавание мотивов совершения покупки раскрывает перед продавцом причины, по которым покупатель принимает решение о покупке. Некоторые решения о совершении покупки могут быть обусловлены более чем одним мотивом. В таком случае мотив, оказывающий основное влияние на принятие решения о покупке, называется *доминантный мотив покупки*.

Выделяют ряд мотивов.

- **Эмоциональные** — это те, которые побуждают потенциального покупателя к действию по зову настроения или страсти. Эмоции могут быть огромной силой, и нередко именно они образуют фундамент доминантного мотива покупки.
- **Рациональные** — это мотивы совершения покупки, обращенные к разуму и рассудительности покупателя, основанные на процессе объективного осмысления. Рациональные мотивы совершения покупки включают в себя потенциальную прибыль, качество обслуживания, возможности технической поддержки.

Но продавцам следует знать, что их бизнес не может быть в полной мере логичным процессом. Чтобы вдохновить людей и направить их в нужном направлении, необходимо затронуть их эмоции. Причем продавец, способный наладить личный контакт, получает преимущество. Продавцам следует постоянно прилагать усилия, чтобы вызвать те эмоции, которые влияют на принятие решения о покупке.

Покупка же, основанная на рациональных мотивах, — это, как правило, результат объективного просмотра всей доступной информации без проявления эмоциональных чувств и чаще всего руководствование такими мотивами, как своевременная доставка, финансовая прибыль, компетентная установка, эконо-

мья времени, увеличение выгоды или продолжительности срока службы.

- **Мотивы, обусловленные приверженностью потребителя.** Эти мотивы побуждают потенциального покупателя приобретать товары в одной фирме. Причем на поведение потребителя влияют превосходное обслуживание, обширный ассортимент товаров, компетентность торговых работников.
- **Мотивы, обусловленные характерными особенностями товара.** При этом имеют значение качество товара, торговая марка, цена, дизайн или инженерное решение.

## 2. Восприятие

Человек, которым движет мотив, готов к действию, но характер его поступков зависит от индивидуального восприятия ситуации.

Восприятие — процесс отбора, систематизации и интерпретации индивидом поступающей информации с целью оценки ее значения и создания значимой картины мира.

Входящая информация представляет собой ощущения, получаемые посредством зрения, слуха, осязания, обоняния, вкуса. Наше восприятие формируется как групповым воздействием, так и собственным физиологическим и психологическим состоянием.

Восприятие влияет на наше покупательское поведение. Люди склонны к выборочному восприятию, так как не могут:

- во-первых, осознать всю информацию, приходящую одновременно, при этом восприятие обусловлено социальными и культурными влияниями, о чем мы говорили выше, а также конкретными потребностями человека, что и приводит к избирательности;
- во-вторых, покупатели могут пропустить вовсе или же видоизменить информацию, представленную продавцом, если она противоречит их ранее выбранной позиции или убеждениям. Так, потенциальный поку-



патель, в сознании которого зафиксирована мысль «я никогда не смогу освоить персональный компьютер», проявляет склонность к выборочному восприятию, когда продавец начинает обсуждать с ним удобные для пользователя возможности компьютера. Продавцу необходимо предусмотреть подобные ситуации и, общаясь с клиентом, постараться завладеть как можно большей информацией о нем. В процессе взаимодействия следует направить все силы на установление доверительных взаимоотношений, чтобы вызвать клиента на откровенность и свободно обсуждать его восприятие. В процессе восприятия выделяют:

**Избирательное внимание** — ежедневно каждый из нас подвергается воздействию огромного числа раздражителей, человек вынужден большую часть из них отсеивать. Причем исследователями установлено, что в каждый конкретный момент времени индивид обращает внимание на раздражители, связанные с имеющимися у него потребностями.

**Избирательное искажение** — это склонность людей трансформировать информацию, придавая ей личные значения. К сожалению, производители не в силах повлиять на избирательное искажение.

**Избирательное запоминание** — это склонность лучше запоминать информацию, которая поддерживает наши установки и убеждения. Именно в силу избирательного запоминания в памяти покупателя надолго остается информация о достоинствах его любимой марки, так как потребители принимают решения о покупке, основываясь на своем восприятии, маркетологи стараются создавать позитивные восприятия своих товаров и услуг в умах потребителей.

### 3. Тип личности и самовосприятие

Тип личности — это совокупность отличительных психологических характеристик индивида, обуславливающих его относительно постоянные и последовательные

реакции на воздействия внешней среды. Самовосприятие индивида (самоимидж) имеет непосредственное отношение к типу личности.

Самовосприятие — это процесс ориентировки человека в собственном внутреннем мире в результате самопознания и сравнения себя с другими людьми, это отражение в сознании человека его самого (рефлексия), своего поведения, мыслей, чувств. То есть самовосприятие связано с мышлением, памятью, вниманием, мотивацией и имеет определенную эмоционально-аффективную окраску.

Потребители обычно выбирают те товары и услуги, которые соответствуют их представлениям о самих себе, и отклоняют те, что расходятся с этими представлениями. Маркетологам необходимо разрабатывать имидж торговой марки, совпадающий с самоимиджем целевой аудитории.

Реальное самовосприятие человека (его взгляд на самого себя) не всегда совпадает с идеальным представлением о себе (каким он хотел бы себя видеть) и с представлением о нем других (что, с его точки зрения, думают о нем окружающие). При этом имеют значение две концепции психологии потребителя.

Первая говорит о восприятии *реального Я*, которое определяется мировоззрением человека, его самооценкой и образом самого себя.

Вторая — об *идеальном представлении* человека о себе, т.е. образе, которому человек хотел бы соответствовать.

*Социальное самовосприятие* человека — образ, который он хочет иметь в глазах окружающих его людей.

М.К. Малхотра дает следующее определение представлению о себе: это вся полнота мыслей и чувств индивида, имеющая отношение к нему самому как к субъекту и объекту. Отсюда следует, что самовосприятие включает:

- а) себя как познающего окружающий мир и окружающих людей, т.е. *субъект* или «Я» (*процесс активного переживания*);

б) себя как познаваемого другими, или *объект*, или «меня» (*содержание переживаний*).

На какое представление человек будет ориентироваться при совершении покупки? Ответ на этот вопрос достаточно труден, поэтому теория самовосприятия не пользуется особой популярностью у маркетологов.

Но вместе с тем по самовосприятию можно выделить ряд покупателей:

- осторожные консерваторы;
- самоуверенные экспериментаторы. Так, потребители, придающие большое значение моде, считают себя более активными, современными, правильными, колоритными, самоуверенными.

Выбор множества товаров и услуг зависит от идеального представления о себе (У.Х. Лэндон, 1974). Кроме того, покупатели, оценивающие себя высоко, предпочитают больше тратить на товары и услуги, способствующие улучшению их душевного состояния: развлечения, алкоголь, средства поддержания красоты.

Согласно исследованиям реклама, апеллирующая к положительным представлениям о себе, более эффективна, реклама же, противоречащая самовосприятию аудитории, действует на нее особенно раздражающе (D.A. Aaker, D.E. Bruzzenne, 1985).

#### **4. Убеждения и установки**

Убеждения представляют собой устойчивую мыслительную характеристику чего-либо индивидом. Производителей интересуют убеждения покупателей относительно их товаров и услуг.

Установка — это устойчивая положительная или негативная оценка человеком объекта или идеи, испытываемые к ним чувства и направленность возможных по отношению к ним действий.

При разработке новых товаров целесообразно учитывать уже существующие установки потребителей, не пытаясь их изменить.

## 5. Эмоции

Эмоции — это сильные и неконтролируемые чувства, которые в основном вызываются внешними событиями. Страх, гнев, радость, печаль, отвращение, ожидание и удивление считаются основными эмоциями. Эмоции могут быть положительными и отрицательными. Наиболее часто потребители ищут продукты и услуги, которые приводят к побуждению позитивных эмоций. Пакет приключенческих путешествий, кино, книги, музыка — собственно, все типы развлекательных услуг обращаются к эмоциям.

Все вышеперечисленные психологические факторы формируют у потребителя мотив.

*Мотив* — это внутренняя сила, созданная потребностью или желанием, которая стимулирует и заставляет человека действовать. Эта внутренняя сила обычно проявляется в поведении, чтобы уменьшить напряжение, создаваемое неудовлетворенной потребностью. Для менеджеров важно понимать мотивы роста потребления своих товаров и услуг.

По мнению супругов Рафелов, специалистов по рекламе и маркетингу, люди делают покупки по двум причинам: получить удовольствие и решить проблемы, удовлетворив потребности.

Существует несколько теорий, объясняющих, каким образом люди приходят к решению о покупке.

### I. Теория воздействия на покупателя

Эта теория основана на том, что продавец, приближая момент заключения торговой сделки, проводит покупателя через пять интеллектуальных этапов: *вижу и действую* (внимание, интерес, желание, уверенность и действие).

1. **Внимание.** Если вы не привлечете внимание покупателя, то нет надежды продать товар.
2. **Интерес** — это второй шаг по направлению к торговой сделке; продавец должен выбрать наилучший способ трансформирования внимания в интерес. Заинтересо-

ванность создается с помощью диалога и активного слушания клиента, в процессе которых он имеет возможность для самораскрытия, выражения своих потребностей, а продавец, в свою очередь, предложения ему товаров и услуг, удовлетворяющих эти потребности и имеющих преимущества для конкретного потребителя.

Для формирования интереса необходимо прежде всего перечислить характеристики товара или услуги, затем переформировать особенности товара в преимущества для конкретного клиента, что приводит к его интересу данным товаром.

3. **Желание.** Именно желание толкает человека на попытки овладеть предметом, поучаствовать в переживаниях, воспринимаемых нами с наслаждением, удовлетворением. Оно может быть возбуждено звуками стереосистемы высокого качества, видом автомобиля, осознанием того, что новый компьютер поможет повысить производительность труда или выполнить работу более качественно.
4. **Убеждение (уверенность).** На этой стадии потенциальный покупатель решает для себя, что товар представляет собой истинную ценность и его свойства оправдывают цену. Продавец сумел устранить все сомнения покупателя. На этой стадии клиент может рационально объяснить покупки себе и окружающим, так как он приобрел уверенность в качествах товара, их преимуществах для себя, в чем его смог убедить продавец.
5. **Действие** — это стадия, закрывающая торговую сделку. Причем решение может приниматься быстро, без особого труда или же покупатель по каким-то причинам может затягивать процесс. Иногда можно побудить покупателя ускорить свои действия, своевременно оказав на него необходимое давление.

Теория воздействия на покупателя разрабатывает подходы к инициированию продаж, когда качество то-



вара, его преимущества очевидны для потенциального покупателя, товар недорогой и совершение покупки не требует участия многих людей. Такой подход часто используется при продаже одежды, бижутерии, хозяйственных и других потребительских товаров.

## **II. Теория покупательского решения**

Эта теория иногда называется теорией 5W, она признает, что торговая сделка — это интеллектуальное действие. Такой взгляд на процесс купли-продажи отражает факт, что покупка совершается только после того, как потенциальный покупатель примет пять решений, касающихся покупки, давая ответы на вопросы:

1. Почему я должен совершить покупку? (потребность)
2. Что я должен купить? (товар)
3. Где мне следует приобрести товар? (источник)
4. Какова реальная цена товара? (цена)
5. Когда я должен приобрести товар? (время)

Эта теория признает, что покупка совершается только после того, как потенциальный покупатель найдет для себя ответы на все пять вопросов, касающихся покупки. Пропуск хотя бы одного из них делает продажу невозможной. Сильным моментом этого подхода к процессу продажи является то, что он фокусирует внимание продавца на пяти важных факторах, которые покупатель будет склонен обсудить перед совершением покупки.

Этот подход помогает систематизировать процесс сбора информации.

Ограничением теории является то, что часто невозможно предугадать, принятие какого из этих пяти покупательских решений может оказаться наиболее сложным для потенциального покупателя. Кроме того, не существует установленной последовательности решений. Так, решение, касающееся цены, может быть принято до принятия решения об источнике.

### **III. Теория удовлетворения потребностей**

Эта теория базируется на предположении, что решения о покупке принимаются с целью удовлетворения потребностей. Люди вынуждены покупать те или иные товары для удовлетворения своих потребностей. Круг потребностей, обусловленных человеческой природой, невелик: голод, жажда, дыхание, сон, физическая сохранность. В чистом виде эти потребности живущим в том или ином обществе человеком не осознаются (кроме ситуации крайней депривации конкретной потребности), а проявляются в форме конкретного желания, т.е. потребности, принявшей специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека. Желание — это проявление потребности в четко определенной форме ее удовлетворения (так, человек удовлетворяет чувство голода в определенном месте, определенным образом приготовленной едой, в обществе конкретных людей и т.д.).

В ситуации соответствия желаний имеющимся финансам можно говорить о наличии спроса. Как правило, люди реализуют свой спрос для удовлетворения потребностей, в той или иной степени осознаваемых как реализация желаний.

Роль профессионального продавца сводится к распознаванию этих потребностей с последующей рекомендацией ему товара или услуги, способных удовлетворить их.

Задача продавца определяется формированием убеждения у покупателя, что лучше (разумнее, интереснее и т.д.), чем данное конкретное предложение, формы реализации его спроса, осознаваемого как желание, просто нет.

Именно за удовлетворение желания потребитель готов платить больше денег, чем тратит на создание товара или услуги продавец. При совершении подавляющего большинства покупок у покупателя есть только одно желание: как можно меньше напрягаться. При покупке большинства товаров он готов платить только за то, что ему не надо тратить время и силы на поиск товара и за гарантии того, что

он не будет расстраиваться, когда откроет упаковку или включит технику.

Покупателю достаточно уверенности в ожидаемых качествах легко выявляемого и быстро узнаваемого товара, и разница в прибыли различных производителей определяется в таком случае преимущественно различием в когнитивно-эмоциональной составляющей покупки и/или потребления, в уверенности в качествах товара, так как сами потребительские характеристики товаров и услуг при сегодняшнем уровне технологий различаются мало.

Часто потребители переплачивают в разы за потенциальные, но порой ни разу не используемые функции. Если при выборе товара покупатель старается избегать какого-либо напряжения, то при пользовании услугами он ожидает активного к себе отношения, даже если он не вступает в непосредственное общение с кем-то.

Метод консультационной продажи служит залогом долгосрочного партнерства, что способствует проведению повторных сделок.

При этом продавцам следует проводить сбор как можно большего объема информации, задавать покупателям тщательно сформулированные вопросы с целью определения их точки зрения.

Фундамент этой теории образуют следующие положения.

1. Наличие эффективной связи между идеями, мыслями, чувствами.
2. Необходимость систематического наведения справок для установления потребностей покупателей.
3. Продавцы занимают позицию защиты интересов как компании, так и клиентов (двухсторонняя защитная позиция).
4. В случае установления того, что товар не является лучшим (или полным) решением проблемы покупателя,

продавцы формируют бизнес-план клиента или же используют продукцию конкурентов.

#### 5. Развитие долгосрочных связей с клиентом.

Установлено, что большинство покупателей испытывают меньшее давление в присутствии продавцов, придерживающихся при совершении торговых операций философии удовлетворения потребностей. Покупатели при этом становятся истинными участниками процесса купли-продажи и начинают воспринимать продавца как партнера.

Для того чтобы процесс продажи складывался таким образом, торговым работникам следует понимать покупателей лучше, чем они понимают себя сами. Это означает умение оценивать несформулированные и неудовлетворенные потребности ваших клиентов. Это подразумевает ознакомление с их стилем жизни и бизнесом в тех формах, которые не касаются применения предполагаемого вами товара или услуги. Когда мы задаем наводящие вопросы, прислушиваемся к ответам и ведем наблюдение, мы часто имеем возможность обнаружить специфические покупательские мотивы наших клиентов.

Менеджер в сфере социально-культурного сервиса должен понимать мотивацию потребителя.

Чем лучше менеджер понимает, какие потребности и желания управляют покупательским поведением, тем лучше он сможет их удовлетворять.

Поскольку любое единичное действие человека может быть вызвано множеством причин, необходимо установить, какие из них играют решающую роль.

Изучение мотивации потребителя вращается вокруг двух основных проблем. Первая — это понимание взаимосвязей между мотивами и конкретным поведением. Вторая — необходимость разработки типологии или составления перечня мотивов потребителя.

#### **Шесть основных категорий потребностей покупателей:**

- 1) физиологические,
- 2) социальные,

- 3) символические,
- 4) гедонические,
- 5) когнитивные,
- 6) эмпирические.

- **Физиологические** — это пища, кров и т.д.
- **Социальные** потребности удовлетворяют потребность в принадлежности к группе, соцклассу.
- **Символические** — потребитель может, приобретая товары или услуги, стремиться выразить себя. Приобретения выступают символами самооценки и демонстрируют успех, достижения, власть и другие стороны личности, т.е. отображая внутреннее психологическое состояние, они могут отвечать символическим потребностям и желаниям.
- **Гедонические** — многие приобретения обеспечивают человеку удовольствие благодаря вкусу, аромату (если речь идет о пище) или чувствам (если речь идет об услугах).
- **Когнитивные потребности** — это потребность в знаниях (книги, журналы, газеты, телевизионные программы новостей, документальные фильмы, информационные рекламные передачи — все это апеллирование к базовым потребностям в учебе, исследовании, знаниям).
- **Эмпирические потребности** — это потребности, удовлетворяющие определенные чувства (посещение концертов, участие в спортивных мероприятиях), вызывающие желанные эмоции, настроение.

Следует помнить, что любая определенно взятая деятельность, связанная с потреблением, может отвечать многим или всем типам желаний одновременно. Например, предмет одежды может быть куплен потому, что он дает тепло; на нем стоит знак известного модельера, т.е. происходит обозначение статуса; он позволяет почувствовать себя сексуальной(ым) или что



называется «соответствовать»; он удобен, и возможно, производной от всех этих выгод является то, что его приятно носить.

В современной российской культуре успешный менеджмент как никогда зависит от того, насколько каждая стадия бизнеса — продукт, реклама, послепродажное обслуживание и т.д. — удовлетворяет потребности покупателя.

Успех любой фирмы зависит от того, захочет ли потребитель купить ваш товар (услугу) и оплатить их.

Фирма должна знать о потребностях покупателей задолго до планирования своей деятельности.

Потребности покупателей должны постоянно отслеживаться и анализироваться таким образом, чтобы по позициям «продукт» и «развитие рынка» фирма опережала своих конкурентов.

Начинать надо с понимания того, что предоставляет ценность для покупателя, каковы его потребности.

## **Удовлетворение потребности**

Потребители не покупают продукты, которые им не нужны. Но то, как у них возникает ощущение необходимости покупки, представляет собой субъективную оценку, основанную на внутренних мотивах и восприятии природы внешнего мира. Чтобы новый продукт имел успех, продавец должен сначала выяснить, какие потребности нуждаются в удовлетворении, и только затем разрабатывать продукт, который обеспечит потребителю соответствующую выгоду.

Задачи:

- **Избегание сложностей.** Улучшать продукт и увеличивать его ценность в глазах потребителей (чем больше продукт совместим с устоявшимися ценностями и образом жизни, тем меньше потребителю приходится менять свои привычки, тем быстрее товар распространяется).

Избегать сложностей (при прочих равных условиях большинство потребителей сложному предпочитают простое).

- **Формирование заметности.** Потребитель должен услышать о продукте еще до того, как решит его приобрести.
- **Создание марки и приверженность ей.** Приверженность может быть обусловлена эмоциональным влиянием на потребителя тем, что эта марка дает все искомые выгоды.  
Формирование покупательского спроса.
- **Развитие и восприятие потребности или желания.** Покупательский процесс начинается с того, что потребитель осознает потребность в услуге. Можно выделить четыре этапа процесса потребления.
  1. Предпокупочное планирование и принятие решения.
  2. Собственно совершение покупки.
  3. Послепокупочное поведение, которое может привести к повторной покупке, повторной продаже и ликвидации продукта после потребления.
  4. Повторная покупка.

Во многих исследованиях отмечается, что в формулировании решения потребителя неформальное устное общение может быть намного влиятельнее, чем реклама, хотя всегда существует вероятность, что он изменит решение под влиянием рекламы по месту покупки или вследствие доводов продавца. Фирмы выживают в том числе и потому, что развивают у покупателей лояльность к своему товару, умеют убедить вновь и вновь покупать свою услугу или товар.

Модель современного потребителя представили В.Е. Хруцкий и И.В. Корнеев, обобщив ответ на вопрос, чего ждут сегодня потребители.

1. Потребители хотят спокойствия и безопасности во всем.
2. Они благодарны тому, кто может позаботиться об их жизненных проблемах, с которыми им самим трудно справиться.
3. Потребители хотят персонального внимания и общения.

4. Потребители хотят качества, соответствующего новым технологиям, уровню техники и науки.
5. Иногда потребители хотят быть партнерами производителей и продавцов.
6. Потребители хотят, чтобы им доставляли радость и удовольствие.
7. Потребители хотят жить в атмосфере предсказуемости **рынка товаров, продуктов и услуг.**

Совершение покупок требует определенных физических и эмоциональных усилий и связано с необходимостью расставания с той или иной суммой денег. При росте доходов человек делает всё, чтобы уменьшить такие физические и эмоциональные затраты, и начинает ездить в магазины, где он может купить все за один раз, даже потратив больше денег, чем если бы он покупал всё в отдельности.

Итак, современный потребитель — это не только человек, желающий и ожидающий удовольствий, но информированный и готовый контролировать и участвовать в принятии решений по проблемам производителя.

## Типология потребителя

### Когнитивный потребитель.

Этот подход опирается на идею о том, что поведение потребителя начинается с последовательной мысленной обработки информации.

Стадии обработки информации:

- **Получение информации** из внешней среды (обычно из рекламного обеспечения).
- **Интерпретация информации** в соответствии со своим опытом, мнением, личными целями, характером и социальным положением.
- **Поиск.** Потребитель ищет дополнительную информацию с целью прояснения потребности или желания.

**Оценка.** Оценивает альтернативные конкурирующие марки, способные удовлетворить его потребность.

**Формирование.** Формирует мнение, намерение, определяющее, будет ли совершена покупка, и если да, то какую марку следует выбрать.

**Действие.** Действует в соответствии с этими внутренними факторами, побуждающими к действительной покупке.



**Рис. 10. Модель процесса выбора потребителя**

**Оценка.** Еще раз оценивает отношение и намерение с учетом удовлетворения, полученного от потребления продукта.

**Закрепление.** Закрепляет в памяти новое отношение для обращения к ним в будущем.

### **Низкая вовлеченность: независимый потребитель**

Выше говорилось о потребителях с высоким уровнем вовлеченности. Но чаще всего потребитель не отличается такой высокой вовлеченностью.

Так, Г.Е. Кругман (1965) отмечает, что реклама на первом этапе лишь инициирует процесс медленной, нестойкой подготовки вовлеченности.

Необходима связь между увиденным и своим личным опытом. Т.С. Робертсон (1976) использует термин «сцепление», «контакт» для обозначения внутренней реакции потребителя по отношению к продукту или услуге, влияет на его поведение.

Энтузиазм (или его отсутствие), возникающий у потребителя по отношению к продукту или услуге, влияет на его поведение.

Потребителю надо знать, в чем будет состоять его выгода при приобретении. Но вместе с тем, согласно данным Р.В. Ольшавски, Д.Г. Гранбуа (1979), Т.С. Робертсон (1976), имеется много работ, демонстрирующих, что потребители крайне ограничивают свой поиск информации о товарах длительного пользования — о мебели, автомобилях, об услугах, практикующих врачах. У.Л. Уилки, П.Р. Диксон (1991), обобщив данные многих исследований, отмечают, что большинство потребителей в поисках бытовой техники посещают всего один магазин. Они не принимают во внимание рекламу, используют ограниченную информацию о ценах, рассматривают только одну модель продукта и, вынося суждение о качестве, предпочитают больше полагаться на репутацию производителя и упаковку, чем производить рациональную оценку товара или услуги.



Какая-то часть потребителей предпринимает серьезный предпокупочный поиск информации, но в «в среднем ...согласно исследованиям, поиск информации удивительно ограничен» (W.L. Wilkie and P.R. Dickson). А. Эренберг, Г. Гудхардт (1979) представили упрощенную модель поведения потребителя, которая включает три этапа совершения покупки и потребления, — *осведомленность, пробная покупка, повторная покупка*. Но вместе с тем осведомленности явно недостаточно для гарантирования повторной покупки, в лучшем случае она может привести к любопытству и пробной покупке, а оценивание и сравнение становятся возможны при повторном использовании товара или услуги.

Кроме того, проблема состоит также в том, что хотя у конкретного человека, как правило, есть определенный товар (или даже несколько), который он выбирает и покупает с удовольствием (обычно с небольшим циклом покупки и небольшой абсолютной стоимостью), но практически все покупки из тех 200 товарных групп, которые человек со среднероссийским уровнем дохода совершает в течение года, ему или безразличны (товары повседневного спроса), или неприятны из-за их замещающего характера или сложности поиска (одежда, все товары длительного спроса, включая недвижимость), или довольно больших затрат, с которыми могут быть связаны ограничения по привычным статьям расходов (например, на развлечения).

### **Потребители-новаторы**

Новаторами в поведении потребителя и маркетинге называют самых первых покупателей новой торговой марки, услуги или продукта. Например, к ним относятся покупатели остромодной одежды или любители путешествий, которые стремятся освоить самые редкие маршруты.

Ниже приводится диаграмма, отражающая типы потребителей-новаторов и их процентное соотношение.

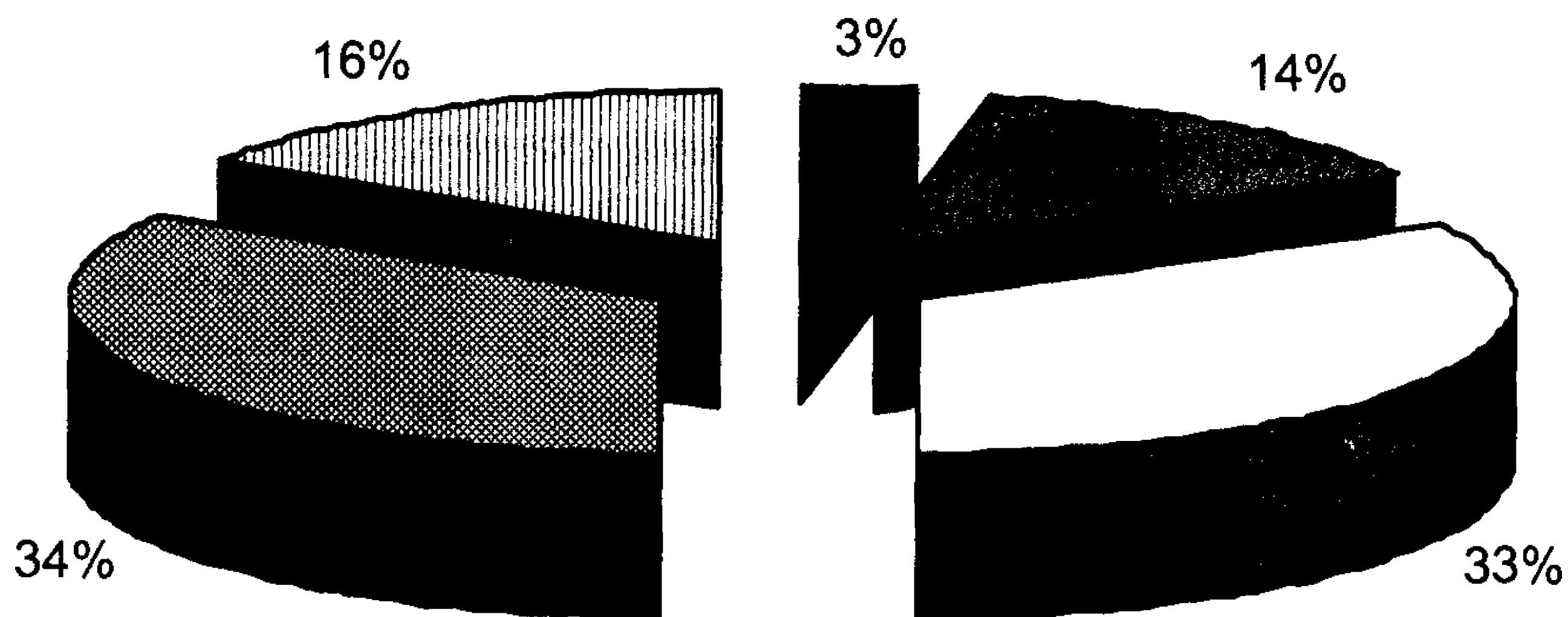


Рис. 11. Категории новаторов (система Е.М. Роджерса)

### Распределение решений о принятии новации

Новаторство потребителя можно определить как склонность преобразовывать новые товары (услуги) вскоре после их появления на рынке раньше большинства других потребителей, составляющих тот же самый сегмент рынка. Более передовые потребители покупают новые продукты раньше, чем менее передовые. При этом влияет уровень дохода, так как первыми обычно бывают потребители с довольно большим доходом.

Но необходимо учитывать, что потребители склонны быть новаторами в рамках четко определенных товарных категорий: любитель кино первым смотрит новые фильмы, модница покупает самую модную одежду, заядлый автомобилист владеет машинами последней марки, меломаны слушают самые свежие записи музыки. Потребители-новаторы обычно более высокововлеченные покупатели «своих» товарных категорий. По сравнению с более поздними пользователями новаторы склонны больше рисковать при совершении покупки.

Менеджеры по продажам должны стремиться определять потребителей-новаторов, так как они, вероятнее всего, станут первыми покупателями.

Новатора отличают:

1. Более высокий уровень доходов, уровень жизни, связанный с ними уровень образования.
2. Активность в коммуникациях (более частое использование средств информации, принадлежность к каким-либо объединениям, влияние на формирование мнений других людей).
3. Личностные особенности: энтузиазм, мотивированность на успех, стремление к новым знаниям, деловая активность, радикализм, азартность, склонность к риску и умение находить выход из непредвиденных ситуаций, способность ориентироваться в нестандартных ситуациях, независимость мышления и поведения, гибкость, готовность к экспериментированию, авантюризм, независимость. Новаторы принимают решения без оглядки на других потребителей.
4. Покупательское поведение. Их поведение отличает связь между интенсивностью пробных покупок и темпами использования продукта.

Профессионализм работника сервиса в том и состоит, чтобы воспринять и учесть подспудные потребности клиента. Работнику сервиса важно проявлять человеческие качества, обладать мажорным психологическим настроением и вести себя безупречно.

Работник сервиса должен быть тонким психологом и понимать, что нередко мимика и жесты человека выражают иное, чем его слова, поэтому работнику нужно уметь распознавать эмоциональные состояния и соответствующие этому потребности клиента.

Только настроившись на одну волну с клиентом, можно вызвать желаемую реакцию и чувство удовлетворения у клиента.

В современных условиях рынок сферы услуг превращается из рынка продавцов в рынок потребителей, он характеризуется избытком предложения схожих товаров (услуг).

В результате потребители становятся источником информации о новинках для своих последователей.

## **Контрольные вопросы и задания**

---

1. Охарактеризуйте культурные и социальные факторы, влияющие на поведение потребителя.
  2. Дайте характеристику референтным группам и семье с позиции их влияния на поведение потребителя.
  3. Проследите внутренние факторы — мотиваторы потребительского поведения.
  4. Личностные и психологические факторы в мотивации потребительского поведения, их характеристика.
  5. Влияние рода занятий, экономического положения, возраста на потребление.
  6. Охарактеризуйте типологию потребителя с учетом стиля жизни.
  7. Дайте характеристику соотношения типа личности продавца и потребителя в процессе осуществления продаж.
  8. Проведите сравнительный анализ теоретических подходов, объясняющих поведение работников сервиса в процессе продаж.
  9. Охарактеризуйте модель современного потребителя В.Г. Хруцкого и И.В. Корнеева.
  10. Поясните, чем отличаются поведенческие стратегии в процессе осуществления покупок различных типов потребителей: когнитивный, независимый, новатор.
-

## **З а к л ю ч е н и е**

---

Итак, вы изучили основы «Сервисологии (человек и его потребности)», которые помогут вам приобрести знания и умения эффективного построения и поддержания взаимоотношений с потребителем.

Но в современной информационной культуре, чтобы добиться успеха в сервисных сферах деятельности, нужно не только опираться на прошлые знания и достижения, но постоянно приспосабливаться к изменениям, сопровождающим век информации, изменениям не только культуры и экономики, но и человека.

Помните, что каждый человек индивидуален и своеобразен, а кроме того, сущность человека меняется с учетом особенностей его существования.

Работая в сферах сервиса, не только используйте полученные в курсе «Сервисологии (человек и его потребности)» знания о человеке и его потребностях, но стремитесь развивать и совершенствовать свой опыт в подходах к каждому клиенту, учитесь понимать человека по его внешним характеристикам: телосложению, взглядам, жестам, мимике, старайтесь развивать в себе способность к эмоциональному восприятию, учитесь методам убеждения и презентации товаров и услуг, совершенствуйте свой имидж.

Только постоянное развитие и совершенствование знаний и опыта сделает вас мастером продаж.

---



## **Библиография**

---

### **Основная литература**

1. *Ильин Е.П.* Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2000.
2. *Волков Ю.Г., Поликарпов В.С.* Человек: Энциклопедический словарь. М.: Гардарики, 1999.
3. *Хьелл Л., Зиглер Д.* Теории личности. СПб.: Питер-Пресс, 1997.
4. *Удальцова М.В., Аверченко Л.К.* Человек и его потребности (Сервисология): Учеб. пособие. Новосибирск, 2002.

### **Дополнительная литература**

1. *Беттджер Ф.* Обаять клиента. М., 1995.
2. *Бережной Н.М.* Человек и его потребности. М.: Форум, 2000.
3. *Бердяев Н.А.* О русской философии. Свердловск, 1991.
4. *Бердяев Н.А.* Судьба России. М., 1990.
5. *Гегель Г.* Энциклопедия философских наук. М., 1930.
6. *Гуревич П.С.* Философская антропология. М.: Логос, 1997.
7. *Годфруа Ж.* Что такое психология: В 2 т. / Пер. с франц. М.: Мир, 1992.
8. *Говалло В.И.* Почему мы не похожи друг на друга. Очерки о биологической индивидуальности. М.: Знание, 1991.
9. *Грядовой Д.И.* Философия. Структурный курс основ философии: Учеб. пособие. М.: Щит-М, 1999.
10. *Дымшиц М.Н.* Манипулирование покупателем. М.: Омега-Л, 2004.

11. *Дойль Питер*. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е изд. СПб.: Питер, 2002.
12. *Дильтей В.* Воззрение на мир и исследование человека со времен Возрождения и Реформации. М.; Иерусалим: Университетская книга, 2000. — (Книга света).
13. *Здравомыслов А.Г.* Потребности. Интересы. Ценности. М.: Политиздат, 1986.
14. *Ершов А.* Взгляд психолога на активность человека. М.: Луч, 1991.
15. *Ершов П.М.* Потребности человека. М.: Мысль, 1990.
16. *Куницина В.Н., Казаринова Н.В., Погорьша В.М.* Межличностное общение: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2001.
17. *Котлер Филипп*. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс. СПб.: Питер, 2001.
18. *Кумбанов В.В.* Маркетинг: сервисная деятельность. Учеб. пособие. СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 2000.
19. *Лейбин В.М.* Фрейд, психоанализ и современная западная философия. М.: Политиздат, 1990.
20. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975.
21. Менеджмент в сфере услуг / Под ред. В.Ф. Уколова. М.: Луч, 1995.
22. *Мэннинг Джеральд, Рис Барри*. Психология продаж. Искусство партнерских отношений. СПб.: Прайм Еврознак, 2003.
23. *Осницкий А.В.* Вопросы человековедения (философско-психологический этюд). СПб.: Лик, 1993.
24. Психоанализ и культура: Избранные труды Карен Хорни и Эриха Фромма. М.: Юрист, 1995. (Лики культуры).
25. Платон. Соч.: В 3 т. М., 1971. Т. 3.
26. *Ребрик С.* Тренинг профессиональных продаж. М.: Эксмо, 2002.
27. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. СПб.: Питер Ком, 1999.
28. *Самсин А.И.* Социально-философские проблемы исследования потребностей. М.: Высш. шк., 1987.

29. Социальная философия: Учеб. пособие для вузов / Лавриненко. В.Н., Ратников В.П., Дорошенко В.Ю. и др.; Под ред. В.Н. Лавриненко. М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1995.
30. Сергеев К.К. Философская психология. Тольятти: п/п Современник, 1999.
31. *Смайлс С.* Саморазвитие умственное, нравственное и практическое. Печатается по: СПб.: Изд. В.И. Губинского, 1900; Минск: Изд-во Университетское, 2000.
32. Социальная психология личности в вопросах и ответах: Учеб. пособие / Под ред. В.А. Лабунской. М.: Гардарики, 1999.
33. *Соловьев В.С.* Собр. соч. Т. 3. СПб., 1911.
34. *Стаханов В.Н., Стаханов Д.В.* Маркетинг сферы услуг: Учеб. пособие. М., 2001.
35. *Стивенс Нэнси Дж., Адамс Боб.* Эффективные продажи, ориентированные на покупателя. М.: Фаир-Пресс, 2001.
36. *Успенский П.Д.* Психология возможной эволюции человека. Космология возможной эволюции человека / Пер. с англ. СПб.: Комплект, 1995.
37. *Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С.* Реклама принципы и практика. СПб.: Питер, 2001.
38. Философия: конспект лекций / Под ред. В.В. Трушкова М.: Былина, 2001.
39. *Фромм Э.* Человек для себя. Минск: Коллегиум, 1992.
40. *Фромм Э.* Душа человека М.: Республика, 1992.
41. *Фромм Э.* Человеческая ситуация. М.: Смысл, 1995.
42. *Федцов В.Г.* Культура сервиса: Учебно-практ. пособие. М.: ПРИОР, 2000.
43. *Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С.* Психология потребителя в маркетинге. СПб.: Питер, 2001.
44. *Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р.* Управление и организация в сфере услуг. 2 изд. СПб.: Питер, 2002.
45. *Холл Кэлвин, Линдсей Гарднер.* Теории личности. М., 1997.

46. Человек: Мыслители прошлого и настоящего о его жизни, смерти и бессмертии XIX век / Отв. ред. И.Т. Фролов. М.: Республика, 1995.
  47. *Чалдини Роберт*. Психология влияния СПб.: Питер, 1999.
  48. Человек и его потребности: Учеб. пособие / Под ред. К.М. Оганяна. СПб.: Изд-во СПбТИС, 1997.
  49. *Шейнов В.П.* 12 секретов успеха. М.: ИНФРА-М, 2001.
  50. Экономическая психология. Социокультурный подход / Под ред. И.В. Андреевой СПб.: Питер, 2000.
  51. Это человек: Антология / Сост., вступ. ст. П.С. Гуревича. М.: Высш. шк., 1995.
  52. Язык подсознания. Красноярск: БОНУС; М.: ОЛМА-ПРЕСС; СПб.: НЕВА, 1999.
-

*Учебное издание*

**Коноплёва Нина Алексеевна**

**СЕРВИСОЛОГИЯ  
(человек и его потребности)**

*Учебное пособие*

Подписано в печать 19.03.2018. Формат 60 × 88/16.

Усл. печ. л. 15,2. Уч. изд. л. 12,7.

Тираж 200 экз. Изд. № 4154. Заказ 125615.

ООО «ФЛИНТА», 117342, г. Москва, ул. Бутлерова, д.17 Б, офис 324.

Тел./факс: (495)334 82 65, тел.: (495)336 03 11.

E mail: flinta@mail.ru; Website: www.flinta.ru

Издательство МПСУ, 115191, г. Москва, 4-й Рошинский пр., д. 9-а

Тел.: (495)796-92-62 (доб. 1301), (495)234-43-15

E-mail: publish@mpsu.ru

Отпечатано в ПАО «Т8 Издательские Технологии».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5.

Тел.: (495)221-89-80



**ИЗДАТЕЛЬСТВО «ФЛИНТА»**  
**представляет книги в разделе**  
**«ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС»**

---

Вегнер-Козлова Е.О. **Экономико-правовые основы безопасности предприятий: учеб. пособие**

Волкова И.В. и др. **Ресторанный бизнес в России: С чего начать и как преуспеть**

Гусева Е.Н. **Экономико-математическое моделирование: учеб. пособие**

Иванова Е.В. **Корпоративное управление: учеб. пособие**

Мудрак А.В. **Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги: учеб. пособие**

Муромцева А.В. **Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации**

Панфилова А.П. **Мозговые штурмы в коллективном принятии решений: учеб. пособие**

Пономарев Н.Ф. **Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики: учеб. пособие**

Ружанская Л.С., Яшин А.А., Солдатова Ю.В. **Теория организации: учеб. пособие**

Смирнов Ю.И. **Клиентоориентированность как способ получения дополнительной прибыли: учеб. пособие**

Тиссен Е.В., Борисов И.А. **Микроэкономика: Индивидуальное поведение и стратегическое взаимодействие участников рынка: учеб. пособие**

**Учетно-аналитическая информационная составляющая сбалансированного развития коммерческой организации: монография / В.А. Маняева, В.А. Пискунов, И.В. Фролова, В.П. Фомин, П.В. Фомин**

Халиков М.И. **Управление и менеджмент: теоретико-методологический анализ: монография**

---

**Заказы направлять по адресу:**

*117342, Москва, ул. Бутлерова, д. 17-Б, офис 324*

*Тел./факс: (495) 334-82-65, тел.: (495) 336-03-11*

*E-mail: flinta@mail.ru; WebSite: www.flinta.ru*

**ИЗДАТЕЛЬСТВО «ФЛИНТА»**  
**представляет книги в разделе**  
**«ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС»**

---

Вегнер-Козлова Е.О. **Экономико-правовые основы безопасности предприятий: учеб. пособие**

Волкова И.В. и др. **Ресторанный бизнес в России: С чего начать и как преуспеть**

Гусева Е.Н. **Экономико-математическое моделирование: учеб. пособие**

Иванова Е.В. **Корпоративное управление: учеб. пособие**

Мудрак А.В. **Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги: учеб. пособие**

Муромцева А.В. **Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации**

Панфилова А.П. **Мозговые штурмы в коллективном принятии решений: учеб. пособие**

Пономарев Н.Ф. **Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики: учеб. пособие**

Ружанская Л.С., Яшин А.А., Солдатова Ю.В. **Теория организации: учеб. пособие**

Смирнов Ю.И. **Клиентоориентированность как способ получения дополнительной прибыли: учеб. пособие**

Тиссен Е.В., Борисов И.А. **Микроэкономика: Индивидуальное поведение и стратегическое взаимодействие участников рынка: учеб. пособие**

**Учетно-аналитическая информационная составляющая сбалансированного развития коммерческой организации: монография / В.А. Маняева, В.А. Пискунов, И.В. Фролова, В.П. Фомин, П.В. Фомин**

Халиков М.И. **Управление и менеджмент: теоретико-методологический анализ: монография**

---

**Заказы направлять по адресу:**

*117342, Москва, ул. Бутлерова, д. 17-Б, офис 324*

*Тел./факс: (495) 334-82-65, тел.: (495) 336-03-11*

*E-mail: flinta@mail.ru; WebSite: www.flinta.ru*

технологияда талабаларнинг билимларни ўзлаштириш сифатини аниқлашда уларни бир-бири билан эмас, балки ҳар бир талабанинг кундалик натижаси аввал қўлга киритилган натижа билан таққосланади. Шундагина талабалар ўзининг машғулот давомида эришган натижаси командага фойда келтиришини англаган ҳолда масъулиятни ҳис қилиб, кўпроқ изланишга, билим, кўникма ва малакаларни пухта ўзлаштиришга интилади.

Ўқитувчи командалар учун ўқув топшириқларини мавзу бўйича талабаларнинг ўзлаштирган билимларини аниқлаш учун тест саволларини тузиб бўлгандан сўнг, мазкур машғулотнинг боришини лойиҳалаштириши керак.

## **2. Кичик гуруҳларда ҳамкорликда ўқитиш (Р.Славин, 1986).**

Бу ёндашувда кичик гуруҳлар 4 та талабадан ташкил топади. Ўқитувчи аввал мавзунини тушунтиради, сўнгра талабаларнинг мустиқил ишлари ташкил этилади. Талабаларга берилган ўқув топшириқлари 4 қисмга ажратилиб, ҳар бир талаба топшириқнинг маълум қисмини бажаради. Топшириқ якунида ҳар бир талаба ўзи бажарган қисм юзасидан фикр юритиб, ўртокларини ўқитади, сўнгра гуруҳ аъзолари томонидан топшириқ юзасидан умумий хулоса чиқарилади. Ўқитувчи ҳар бир кичик гуруҳ ахборотини тинглайди ва тест саволлари ёрдамида билимларни назорат қилиб баҳолайди.

Талабаларнинг кичик гуруҳлардаги ўқув фаолияти ўйин (турнир, мусобақа) шаклида, индивидуал тарзда ҳам ташкил этилиши мумкин.

Ўқитувчи янги мавзунини тушунтириб бўлганидан сўнг, талабаларни кичик гуруҳларга ажратиб, уларга қуйидаги топшириқларни бажаришни тавсия этади.

Шуни қайд этиш керакки, кичик гуруҳлар ўқув материали юзасидан тузилган ягона топшириқни бажарадилар. Кичик гуруҳ аъзолари ўқув топшириқларини ўзаро бўлиб оладилар.

## **3. Ҳамкорликда ўқитишни «зигзаг ёки арра» методи ёрдамида ташкил этиш (Э.Аронсон, 1978).**

«Арра» методида кичик гуруҳлар 6-8 та талабадан ташкил топади. Машғулот давомида ўрганиладиган мавзу мантиқан тугалланган қисм (блок ёки модул) ларга ажратилади. Ҳар бир қисм юзасидан талабалар бажариши лозим бўлган ўқув топшириқлари тузилади. Талабалар гуруҳи мазкур топшириқларнинг биттасини бажаради ва шу қисм бўйича «мутахассис»га айланади. Сўнгра гуруҳлар қайта ташкил этилади. Бу гуруҳларда ҳар бир қисм (блок ёки модул) «мутахассиси» бўлиши шарт, мазкур мутахассислар ўзлари эгаллаган билимларни худди «арра» тишлари кетма-кет келганидек навбат билан бошқаларга баён қилади. Мазкур гуруҳларда ўқув материали мантиқий кетма-кетликда қайта ишлаб чиқилади.

1986 йили Р.Славин «арра-2» методини яратган. Мазкур методга кўра кичик гуруҳ 4-5 талабадан ташкил топади. Барча гуруҳ аъзолари маъруза материали юзасидан тузилган ягона топшириқ устида ишлайди.

Гуруҳ ичида талабалар топшириқларни қисмларга ажратиб, бўлиб оладилар. Ҳар бир талаба ўзига тегишли қисмини пухта ўзлаштириб «мутахассис»га айланади. Машғулот охирида ҳар бир кичик гуруҳдаги «мутахассис»лар учрашуви қайта ташкил этилган гуруҳларда ўтказилади. Талабалар билими тест саволлари ёрдамида индивидуал тарзда ўтказилиб назорат қилинади ва ўзлаштириш даражаси баҳоланади ҳамда гуруҳ аъзоларининг тўплаган баллари жамланади, энг юқори балл тўплаган гуруҳ ғолиб саналади.

**19.4. Ҳамкорликда ўқитишнинг «Биргаликда ўқиймиз» методи** 1987 йили Миннесот университети профессорлари Д.Жонсон, Р.Жонсонлар томонидан ишлаб чиқилган.

Гуруҳ талабалари 3-5 кишидан иборат кичик гуруҳларга ажратилади. Ҳар бир гуруҳ машғулотда бажариши лозим бўлган топшириқнинг маълум қисмини бажаради. Гуруҳлар топшириқни тўлиқ бажариши натижасида ўқув материалининг яхлит ўзлаштирилишига эришилади. Мазкур методнинг асосий принциплари – командани тақдирлаш, талабаларга индивидуал ёндашиш, муваффақиятларга эришиш учун бир хил имкониятларни вужудга келтириш.

**19.5. Кичик гуруҳларда ижодий изланишни ташкил этиш методи.**

1976 йили Тель-Авив университети профессори Ш.Шаран томонидан ишлаб чиқилган. Бу методда кўпроқ талабаларнинг мустақил ва ижодий ишига эътибор қаратилади.

Талабалар алоҳида-алоҳида ёки 6 кишилик кичик гуруҳларда ижодий изланиш олиб борадилар. Ижодий изланиш кичик гуруҳларда ташкил этилганда машғулотда ўрганиш лозим бўлган ўқув материали кичик қисмларга ажратилади. Кейин бу қисмлар юзасидан топшириқлар ҳар бир талабага тақсимланади. Шундай қилиб, ҳар бир талаба умумий топшириқнинг бажарилишига ўз ҳиссасини қўшади. Кичик гуруҳларда топшириқ юзасидан мунозара ўтказилади. Гуруҳ аъзолари биргаликда маъруза тайёрлайди ва гуруҳ талабалари ўртасида ўз ижодий изланишлари натижасини эълон қилади. Кичик гуруҳлар ўртасида ўтказилган ўқув баҳси, мунозара талабалар жамоасининг ҳамкорликда бажарган мустақил фаолиятининг натижаси, якуни саналади. Ҳамкорликда ишлаш натижасида қўлга киритилган муваффақиятлар гуруҳ жамоасидаги ҳар бир талабанинг мунтазам ва фаол ақлий меҳнат қилишига, кичик гуруҳларни, умуман гуруҳ жамоасини жипслаштиришга, аввал ўзлаштирган билим, кўникма ва малакаларни янги ва кутилмаган вазиятларда қўланиб, янги билимларнинг ўзлаштирилишига боғлиқ бўлади.

Юқорида қайд этилган барча методларнинг ўзига хос хусусияти, мақсад вазифаларининг умумийлиги, талабаларнинг таҳсил олиш ва мулоқотдаги шахсий масъулиятини тақозо этиши, шунингдек, муваффақият қозонишга бир хил имкониятларнинг миавжудлигидир. Ҳамкорликда ўқитиш негизида мусобақа эмас, балки ҳамкорликда ақлий меҳнат қилиб, таълим олиш жараёни ётади.

Ўқитувчи таълим жараёнида ҳамкорликда ўқитиш методларидан фойдаланиш мақсадида қуйидаги ишларни амалга оширади:

-қайси мавзуларни ҳамкорликда ўқитиш методларидан фойдаланиб ўрганишни аниқлайди ва мазкур машғулоти тақвим-режада белгилайди;

-ушбу мавзу бўйича талабаларга тавсия этиладиган ўқув топшириқлари ва уларни бажариш юзасидан кўрсатмалар тайёрлайди;

-ҳамкорликда ўқитиш методларидан фойдаланиб ўтиладиган машғулоти тури, тузилиши ва боришини лойиҳалаштиради;

-янги мавзу юзасидан талабалар билимини назорат қилиш учун тест савол-топшириқларини тузади.

### **1-гуруҳ «мутахассислар» тайёрлаш гуруҳи.**

Мазкур мавзу бўйича ўқув материали 4 қисмдан иборат бўлганлиги сабабли машғулотида қатнашаётган 24та талаба машғулоти бошланишидан олдин 4 хил рангдаги карточкалар ёрдамида тенг сонли тўртта, 6 та талабадан иборат «мутахассислар» гуруҳига ажратилади. Улар ўзларига тегишли ўқув топшириқларини бажаради ва шу қисм бўйича «мутахассислар»га айланади.

Иккинчи гуруҳ «мутахассислар» учрашуви гуруҳи. Рангли карточкаларнинг ҳар бирининг орқа томонида 1 дан 8 гача рақамлар ёзилган бўлиб, барча рангли карточкалардаги рақамлар йиғиндиси гуруҳдаги талабалар сонига тенг бўлиши лозим.

«Мутахассислар» учрашуви карточкаларнинг орқа томонидаги рақамлар асосида 8та гуруҳ ташкил этилиб, бу гуруҳлар таркибига бир хил рақамли 4 хил рангдаги карточкаларга эга бўлган 4 та талаба киради. Шунинг кўра этиш керакки, бу гуруҳларда ҳар бир қисм (блок ёки модуль) «мутахассиси» бўлиши шарт.

Мазкур учрашувда «мутахассислар» ўзлари эгаллаган билимларни навбат билан ўртоқларига баён қилади. Ушбу гуруҳларда ўқув материалининг 4та қисми мантиқий кетма-кетликда қайта ишлаб чиқилади. Сўнгра ўқув материали юзасидан тузилган топшириқлар яхлит ҳолатга келтирилиб, гуруҳлар ўртасида савол-жавоб, мунозара ўтказилади.

«Мунозарали маъруза» - талабаларни муаммоли масалалар билан тўқнаштириш ўзларининг фикрларини баён этириш учун (ўқув) педагогдан катта маҳорат талаб этилади.

«Модулли маъруза»нинг моҳияти шундан иборатки, бунда талабалар модуль дастурлари ўстида муваққил ёки ўқитувчи раҳбарлигида ишлаб ўқув-билиш фаолияти орқали белгиланган мақсадга эришадилар.

Модулли таълим технологиялари асосида модулли дастур туради. Модуль дастурлари ўзида мавзунинг илмий, тарбиявий ва ривожлантирувчи мақсадидан келиб чиқадиган дидактик мақсадни, талабалар дарс давомида бажарадиган топшириқларни, мазкур топшириқларни бажариш бўйича берилган кўрсатмаларни муваққиллаштиради.

Модулли таълим ўқитиш мазмуни ва моҳиятига кўра қуйидаги таркибий қисмлардан иборат бўлади:

1. Ўқув материални модулли режалаштириш.



2. Модулли дарс.
3. Модулли дастурлар.

Педагог ўқув йили бошида қайси мавзуларни модулли таълимдан фойдаланиб ўтишни тақвим-мавзу режаларида белгилайди. Модулли дастурлар мазмуни ва моҳиятига кўра:

1. Талабаларнинг индивидуал ишлаши учун мўлжалланган модул дастурлари.
2. Иккита талаба ҳамкорликда ишлашига мўлжалланган модул дастурлари.
3. Талабаларнинг кичик гуруҳларида ҳамкорликда ишлашига мўлжалланган модул дастурларига бўлинади.

Модулли дастурлар ўқитувчилар томонидан тузилиб, унда модулнинг дидактик мақсадлари, мавзуни ўрганиш босқичлари, талабалар томонидан бажариладиган ўқув фаолияти элементлари, талабалар билимини назорат қилиш йўллари кетма-кет ёзилади.

Модул дастурини тузишда ўқитувчи эътиборини қуйидагиларга қаратиши зарур:

1. Модул дастуридан кўзда тутилган мақсадни аниқ белгилаш.
2. Ўқув материални ўрганишнинг мантикий йўналишини аниқлаш. Модулли таълим тамойилларини ҳисобга олган ҳолда ўқув материални мазмунан тугалланган, мантикий кетма-кетликда кичик бўлақларга тақсимлаш.
3. Талабаларнинг ўқув материални ўзлаштириши учун ташкил этиладиган ўқув фаолияти усулларини белгилаш.
4. Ўқув фаолияти усулларига боғлиқ ҳолда модул дастуридан ўрин олиши лозим бўлган ўқув элементларини ва уларнинг кетма-кетлигини аниқлаш.
5. Ўқувчилар билимини аниқлаш ва назорат қилиш бўйича дастлабки жорий назорат, ахборот тўплами, талабалар билимидаги типик камчилик ва хатоларни бартараф этиш йўлларини белгилаш.
6. Ўқувчилар учун асосий ва қўшимча адабиётларни танлаш.
7. Ўқувчилар модул дастури ёрдамида ўқув материални мустақил ва ижодий ўрганиш жараёни мазкур мавзуни ўзлаштириш учун дастурда белгиланган вақт доирасида амалга оширилишига эришиш лозим.

#### **19.6. Тажриба воситасида ўқитиш цикли, ролли ҳамда ишбилармон ўйинлар каби илғор педагогик технологиялар асосида касбий фанларни ўқитиш**

Президентимиз И.А.Каримов алоҳида таъкидлаганларидек, «Биз мамлакатимизнинг истиқболи ёш авлодимиз қандай тарбия топишига, қандай маънавий фазилатлар эгаси бўлиб вояга етишига, фарзандларимизнинг ҳаётда нечоғлик фаол муносабатда бўлишига, қандай олий мақсадларга хизмат қилишига боғлиқ эканини ҳамиша ёдда тутишимиз керак». Шу сабабли ҳам биринчи навбатда таълим мазмуни ва

унинг таркибини кенгайтириш ва чуқурлаштириш, хусусан, бу мазмунга нафақат билим, кўникма ва малака, балки умуминсоний маданиятни ташкил қилувчи – ижодий фаолият тажрибаси, теварак-атрофга муносабатларни ҳам киритиш ғояси кун тартибига кўндаланг қилиб қўйилди.

Бизнингча, бу ғояни ижтимоий ҳаётнинг қуйидаги компонентлари орқали рўёбга чиқариш мумкин:

- фаолият турлари (моддий, амалий ижтимоий, маънавий);
- ижтимоий онг шакллари (ахлоқ, санъат, сиёсат, фалсафа, фан ва бошқалар);
- ижтимоий муносабатлар тизими (моддий ва мафкуравий);
- моддий, ижтимоий ва табиий борлик (кейинги авлодларга мерос қилиб қолдирилган бойликлар).

Таълим мазмуни, унинг компонентлари, таркиби, вазифалари ҳақида сўз кетганда далиллар билан қонуниятлар, яққоллик билан мавҳумлик, билимлар билан ҳақиқатни мустақил билиш методлари ўртасидаги мақбул келадиган муносабатларни аниқлаш зарур.

«Кадрлар тайёрлаш миллий дастури»да таъкидланганидек, «Замонавий иқтисодиёт, фан, техника ва технологияларни ривожлантириш асосида кадрлар тайёрлашнинг такомиллашган тизимини яратиш мамлакатни тараққий эттиришнинг энг муҳим шарти ҳисобланади. Тизимнинг амал қилиши кадрларнинг истиқболга мўлжалланган вазифаларини ҳисобга олиш ва ҳал этиш қобилиятига юксак умумий ва касбий маданиятига, ижодий ва ижтимоий фаолиятка, ижтимоий сиёсий ҳаётда мустақил равишда йўналиш ола билиш маҳоратига эга бўлган янги авлодни шакллантиришни таъминлайди».

Кадрлар тайёрлаш соҳасида ҳозирга қадар амалга оширилаётган ўзгаришлар фақат мавжуд таълим тизимини ислоҳ қилишга қаратилган эди. У шахс, жамият ва давлатнинг эҳтиёжлари билан касбий тайёргарликнинг амалдаги тизими ўртасидаги тафовутларни бартараф этишни таъминламас эди. Халқаро тажрибани, мавжуд кадрлар тайёрлаш тизимининг аҳволи ва муаммоларини таҳлил қилиш асосида унинг принцип жиҳатидан янги модели ишлаб чиқилди.

Кадрлар тайёрлаш тизими янги моделининг моҳияти ва ўзига хос хусусияти унга асосий таркибий қисмлари сифатида қуйидаги компонентлар киритилганлигидадир:

- шахс – кадрлар тайёрлаш тизимининг бош субъекти, таълимга оид хизматларнинг истеъмолчиси ва уларнинг яратувчиси;

- узлуксиз таълим – кадрлар тайёрлашнинг пойдевори асоси;

- фан – юқори малакали мутахассисларни тайёрловчи ва уларнинг истеъмолчиси;

- ишлаб чиқариш – кадрларга бўлган эҳтиёжнинг истиқболини белгилашни, уларнинг тайёргарлик даражаси сифатини баҳолашни, шунингдек, кадрлар тайёрлаш тизимини қисман молиявий ва моддий-техникавий таъминлашни амалга оширувчи асосий буюртмачи;

- давлат ва жамият – кадрларнинг тайёргарлиги сифатини назорат қилиш ва баҳолашни амалга оширувчи, кадрларни тайёрлаш ва уларни қабул қилиб олишнинг бош кафиллари.

«Кадрлар тайёрлаш миллий дастури» умумий маданиятни шакллантириш, жамиятдаги ҳаётга мослаштириш, касб-корга ва таълимга оид дастурларни онгли равишда танлаш ҳамда кейинчалик рўёбга чиқариш учун ижтимоий-иқтисодий, ҳуқуқий, ташкилий, психологик-педагогик ва бошқа шарт-шароитларни яратишни, оила ва жамият, давлат олдидаги ўз масъулиятини англовчи баркамол инсонни тарбиялашни назарда тутди.

Ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётига жадал суръатлар билан кириб бориш жараёни республикамиз аҳолиси учун таълим даражасини оширувчи омиллардан бири бўлиб ҳисобланади. Бу биринчи навбатда бозор муносабатларининг ривожланишига боғлиқ бўлиб, у жараён билим даражасига, иқтисодиёт ва экология, компьютер техникаси ва ахборот технологиялар устувор бўлган ва халқ хўжалигининг ривожланган тармоқларига, таълим тизимининг такомиллашуви ва кадрлар тайёрлашга боғлиқ бўлади.

Кадрлар тайёрлаш муаммосининг самарали ечими биринчи навбатда бугунги кун талабларига жавоб бера оладиган психология, педагогика, иқтисодиёт, экология, маданият, ҳуқуқшунослик ва шунга ўхшаш бошқа фанларнинг билим асосларини чуқур биладиган профессионал малакага, ҳар томонлама чухур билимга эга бўлган ўқитувчи кадрлар тайёрланиши билан боғлиқдир. Шу муносабат билан Ўзбекистон Республикасининг Президенти И.А.Каримов Олий Мажлиснинг IX сессиясида таъкидлаб ўтганларидек: «Домлалар, профессорлар, кафедра мудирлари ўз устида ишламаса, ўз соҳаси бўйича чет мамлакатларга илмий сафарларга бориб келмаса, тажриба алмаштирилмаса, албатта бундай аҳвол ўқув жараёнига ва унинг самарасига салбий таъсир қилади».<sup>1</sup>

Ривожланган мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатиб турибдики, юқори малакали, рақобатбардош кадрлар тайёрлаш жараёнида қуйидагилар ҳал қилувчи аҳамият касб этар экан:

1. Таълим, фан ва ишлаб чиқаришнинг ўзаро самарали алоқадорлиги.
2. Таълим корхоналари ва профессионал таълим дастурлари турларининг хилма-хиллиги, уларнинг фан ва техниканинг энг сўнгги ютуқлари, иқтисодиёт ва технологияларнинг энг юқори андозалари ва кўринишларидан фойдаланиш.
3. Профессионал таълим тизимини устувор ва фойда келтирувчи иқтисодий тармоққа айлантириш.
4. Таълим муассасаларини замонавий ўқув-методик адабиётлар билан таъминлаш ва уларнинг моддий-техник базасини яратиш ҳамда уларнинг молиявий кўрсаткичларини мустаҳкамлаш.

<sup>1</sup> Баркамол авлод Ўзбекистон тараққиётининг пойдевори. – Т.: “Шарк” нашриёт матбаа концернининг Бош таҳририяти, 1997.

5. Профессионал таълим тизимига энг юкори малакали ўқитувчиларни ва мутахассисларни жалб эттириш.

6. Ўқув жараёнини ахборотлаштириш ва компьютерлаштириш.

7. Кадрлар тайёрлашнинг сифат баҳосини ва объектив назорат тизимини қўллаш.

8. Шахсининг ривожланиши, ўлчови, сифат ва хулқини, қобилият интеллектини баҳолаш ва касбий маҳорати муаммоларига бағишланган психологик-педагогик изланишларни бажариш.

9. Ўқитувчиларни юкори даражада моддий рағбатлантириш ва уларни ижтимоий ҳимоя қилиш.

Бу ҳолатларнинг барчаси «Кадрлар тайёрлаш миллий дастури»да ўз аксини топган. Бугунги куннинг мутахассиси ҳар томонлама ривожланган юкори даражадаги интеллектга эга бўлган, фан асосларини чуқур ўрганган билимдон, зукко, доно, фидойи, маърифатли ва маънавиятли инсон бўлиши керак. У ўз мутахассислигидан ташқари, хорижий тиллардан бирини эгаллаган бўлиши ҳамда компьютер техникасидан фойдалана олиши шарт.

Олий таълим тизимида фаолият кўрсатаётган ўқитувчи замонавий педагогик технологиялар, таълим-тарбия жараёнини фаоллаштириш усуллари ва ўқитиладиган фанлар бўйича сифатли билим, кўникма ва малакаларни ҳосил қилишни таъминловчи педагогик усулларни қўллай билиши лозим. У замонавий педагогик технологияларнинг моҳияти, максоди ва вазифаларини ўрганиб чиқиб, улар ҳақида илмий асосланган маълумотлар, амалий йўлланмалар ишлаб чиқиши, илғор педагогик ва ахборот технологияларини ўзлаштирганидан сўнг, уни таълим тизимига жорий эта олиши зарур.

Бугунги кунда ижтимоий-иқтисодий ислохотлар жараёни, жамиятнинг тез ўзгариб бораётган турмуш шароити, таълим тизимида таъсирчанлик ва тезкорлик хоссаларининг берилишини, яъни ижтимоий ва иқтисодий тараққиёт талабларига жавоб бериш, шахс қобилияти ва истеъдодини ҳисобга олиш имконият ва шарт-шароитларини яратишни тақозо этади.

Ўқув-тарбия дастурларининг таъсирчанлиги ва тезкорлигини таъминлаш таълим жараёнини дифференциациялаш муаммоси билан узвий боғлиқ. Ҳозирги шароитда, сўзда эмас, ишда узлуксиз таълим тизимида таълимни дифференциациялаш принцип ва механизмларини жорий этиш керак.

Таълимни дифференциациялаш замонавий таълим тизимининг асосий хусусиятларидан биридир. У ўқувчи-талабаларнинг шахсий эҳтиёжлари, лаёқати, имкониятлари, қизиқишлари, касб танлашидан келиб чиққан ҳолда турли кўринишда билим олиш имкониятини беради.

Ўқув-тарбия жараёнида қатнашувчи барча субъектларнинг ўзаро самарали таъсирини таъминловчи механизмлар ва шарт-шароитларни юзага келтириш зарур. Умуман олганда, ушбу тизимнинг барча таркибий қисмлари – оила, узлуксиз таълим, маҳалла, жамоат бирлашмалари,

жамғармалар мавжуд. Бирок, биринчидан, уларнинг ўз ичидаги самарадорлик фаолиятини кўтариш, иккинчидан, самарали таъсирчанлик, яъни узвийлиги, бир-бирига чамбарчас боғлиқлигидан келиб чикиб уларнинг фаолиятини такомиллаштириш лозим.

Таълим муассасаларининг фаолиятини ижтимоий институтлар сифатида тубдан қайта кўриб чиқиш зарур. Бунда, мактаб, лицей, коллеж, институтларни нафақат илм-фан маскани, балки ҳақиқий маданий-маърифий марказларга айлантириш керак. Улар маҳалла, оила, жамоат бирлашмалари билан яқиндан алоқада бўлишлари шарт. Ушбу масканларда ижод қилиш руҳи, ижтимоий фаоллик, шахсий иштирок, ўзаро ҳамкорлик муҳитининг яратилиши, бир тарафдан, мустақил фикр юритувчи шахсни тарбиялашга, иккинчи тарафдан, янги ижтимоий муҳит, тафаккурнинг шаклланишига олиб келади.

Олий таълим муассасаларидаги ўқув-тарбия жараёнида модулли таълим технологияси, ҳамкорликда ўқитиш технологияси, дидактик ўйин технологиялари, муаммоли таълим технологияларидан фойдаланиш йўллари ишлаб чиқилди.

Талабаларда дарслик, илмий-оммабоп ва кўшимча адабиётлар билан мустақил ишлаш кўникмалари, ижодий ва мустақил фикрлашни ривожлантириш мақсадида модулли таълим технологияларидан фойдаланилади. Модулли таълим технологияларининг ўзига хос жиҳати ўрганилаётган мавзу бўйича талабаларнинг мустақил ва ижодий ишлашига имкон берадиган модулли дастур тузилади. Талабалар модул дастури ёрдамида мустақил ва ижодий ишлаб, машғулотлардан кўзланган мақсадга эришадилар.

Модул дастурлари ўрганилаётган мавзу юзасидан талабалар бажариши лозим бўлган топшириқлар, топшириқларни бажариш бўйича кўрсатмаларни ўзида мужассамлаштиради. Ишлаб чиқилган дастурлар мазмун ва моҳиятига кўра, талабаларнинг индивидуал, иккита талаба биргаликда ва кичик гуруҳларда ҳамкорликда ишлашига мўлжалланган модул дастурларига ажратилади. Модул дастурларнинг дидактик мақсадидан келиб чикиб, ўқув-тарбия жараёнидан ўз ўрнида фойдаланиш юқори самара беради.

Ўқув-тарбия жараёнида ҳамкорликда ўқитиш технологияси методларидан фойдаланиш ҳар бир талабани кундалик қизгин аклий меҳнатга, ижодий ва мустақил фикр юритишга ўргатиш, шахс сифатида онгли мустақилликни тарбиялаш, талабада шахсий кадр-қиммат туйғусини вужудга келтириш, ўз кучи ва қобилиятига бўлган ишончини мустаҳкамлаш, таълим олишда масъулият ҳиссини шакллантиришни кўзда тутати. Ҳамкорликда ўқитиш технологияси ҳар бир талабанинг таълим олишда муваффақияти гуруҳ муваффақиятига олиб келишини англаган ҳолда мунтазам ва сидқидилдан аклий меҳнат қилишга, берилган топшириқларни сифатли бажаришга, ўқув материални пухта ўзлаштиришга замин тайёрлайди.



Олий ўқув юртларида олиб бориладиган машғулотларда ҳамкорликда ўқитиш технологиясининг гуруҳларда ўқитиш, зигзаг ёки арра, кичик гуруҳларда ижодий изланишни ташкил этиш методларидан фойдаланиш учун педагог ҳар бир методнинг дидактик мақсадини англаган ҳолда ўқув топшириқларини тузади ва улардан ўз ўрнида фойдаланиш йўлларини белгилайди.

Ҳозирги кунда жуда кўп методист ва педагог олимлар «Замонавий педагогик технологиялар» талаба-ўқувчиларга таълим-тарбия беришда кўзланган мақсадга эришишни тўла қафолатлайди, деб қаралмоқда. Тўғри, замонавий технологиялар ёрдамида ишлаб чиқаришда бошқарувчидан катта куч талаб қилинмайди. Махсус технологиянинг ўзи қўйилган мақсадга тўла эришишни қафолатлайди. Аммо бу назарияни педагогик технологияда тўлалигича қабул қилиб бўлмайди, чунки бунда объект шахс бўлиб, унинг онги тақлиф қилинаётган технологияни тўлалигича қабул қила олмайди, аксинча уни инкор қилиши мумкин. Шунинг учун ҳам замонавий педагогик технологияларни таълим жараёнига киритишда унинг бошқарувчиси бўлган педагог кўзланган мақсадга эришишнинг бош қафолатчиси ҳисобланади. Демак, замонавий педагогик технологияларни унинг асосий негизи бўлган ахборотлар технологиясини таълим тизимида жорий этишда унинг бошқарувчиси бўлмиш педагогнинг тайёргарлик даражасини биринчи ўринда ҳал қилиш бугунги кун «Педагогика» фанининг энг долзарб муаммоларидан бирига айланди.

Олий таълимда замонавий педагогик технологияларни ўқув жараёнига жорий этиш кўламини кенгайтириш, мазкур йўналишда илғор педагогик тажрибаларни татбиқ этиш, ҳар бир фан бўйича бу соҳада аниқ режаларни тузиш ва амалга ошириш; дарслик, ўқув қўлланма, дастур, маъруза матнларини тайёрлаш, илмий-методик ишларда, ўқув-тарбия жараёнига замонавий ахборот технологияларини кенг жорий этишни ривожлантириш, уларни ахборот воситалари билан таъминлаш ҳамда коммуникацион тармоқларга боғлаш муҳим вазифа ҳисобланади.

Умуман олганда, олий таълим тизимида фаолият кўрсатаётган ҳар бир педагог қуйидаги замонавий педагогик технологияларни, яъни:

- замонавий педагогик технологияларнинг илмий-назарий асослари;
- педагогик технологиялар концепциясининг ривожланиш тарихи;
- таълим жараёнига технологик ёндашиш ҳақида тасаввурга эга бўлиш;
- педагогик технологияларнинг дидактик қонуниятларини;
- ўқитиладиган фанга тегишли илғор ўқитиш технологияларини;
- дидактик жараённи маълум вақт чегарасида лойиҳаланиши;
- ўқитишнинг фаол методларини билиш ва қўллаш олиш;
- уй вазифаларини мақсадли, ташхисли ва аниқ ўқув элемент тури тарзида бериш, технология лойиҳаларининг мантикий тузилмаси, коррекцияси;
- ўқув мақсадлари тавсияномасини ишлаб чиқиш;
- тест топшириқларини талаба фаолият даражаларига мос ҳолда тузиш бўйича кўникмаларга эга бўлиш шarti;

- интернет компьютер тармоғидан фойдаланиш;
- ўқув жараёнига электрон почтадан фойдаланиш бўйича кўникмаларга эга бўлиш;
- рейтинг назорати ва талабаларнинг билимларини объектив баҳолашни билиши керак.

Бугунги кунда республикамизда олий таълим тизими янги ривожланиш поғонасига кўтарилди: икки босқичли таълим – бакалаврият ва магистратура фаолият кўрсата бошлади; давлат таълим стандартлари ишлаб чиқилди; талабаларнинг мустақил таълим олишини яқка тартибда амалга ошириш жорий этиляпти, таълим мазмунида фан ва ишлаб чиқариш интеграцияси ўз аксини тобора кўпроқ топмоқда; профессор-ўқитувчиларнинг касбий маҳоратини оширишга эътибор кучайтирилганлиги айниқса қувонарлидир.

Таълим-тарбиявий жараёни ривожланган давлатлар тажрибалари асосида такомиллаштириш, унинг иштирокчилари – ўқитувчи ва талаба-магистр фаолиятини «субъект-субъект» имкониятлари асосида ташкил этиш зарурати бугун барча олий ўқув юртларида педагогика ва психология фанларини ўқув режасига киритиш лозимлигини исботлади. Эндиги вазифа эса, бу фанларни ўқитишга алоҳида эътибор қаратиш, педагогик фаолиятнинг сиру-синоатларини тадқиқ қилиш асосида амалий хулосаларни қўлга киритишдир.

Шундай қилиб, мамлакатимизда шахс манфаати ва таълим устуворлиги эътироф этилган бир даврда педагогика фани эркин шахсни шакллантириш қонуниятлари, ёшлар шахсини ҳаётга мослаштиришнинг шакл ва методлари, мазмуни ва принципларини ўрганади. Эндиликда педагогика ўз предмети, фанлар билан алоқаси, педагогик билимлар тизими ва уларнинг мантикий тузилмаси, назарий педагогик билимларни тарбияга, таълим амалиётига қўллаш масалаларига доир муаммоларни қайтадан янги талқинда кўндаланг қўймоқда. Демак, педагогикада тадқиқотларнинг долзарблиги, бир томондан, жамият эҳтиёжи – ўқув-тарбия тизимини янада ривожлантириш билан, бошқа томондан эса, педагогик билимларнинг янгиланиш ва ривожланиш даражаси билан белгиланар экан.

### **Қисқа хулоса**

Ҳозирги вақтда Ўзбекистонда жаҳон таълим майдонига киришга йўналтирилган янги таълим тизими қарор топди. Бу жараён билан бир вақтда педагогик ўқув-тарбия жараёнининг назарияси ва амалиётида сезиларли ўзгаришлар содир бўлмоқда. Таълимдаги ёндашувлар, таркиби ўзгармоқда ва бошқача муносабатлар, педагогик менталитетлар ўрнатилмоқда.

Таълим таркиби янги процессуал маҳоратлар, ахборотлар билан ишлаш қобилиятининг ривожланиши, илмий муаммо ва бозор амалиётининг ижодий ечимининг таълим дастурларини индивидуаллаштиришга қаратилиши билан бойитилмоқда.

Ахборотнинг анъанавий усуллари-оғзаки ва ёзма нутқ, телефон ва глобал масштаби телекоммуникацияларни ишлатиш билан алмаштирилмоқда.

Педагогик жараённинг муҳим таркиби бўлиб, талаба билан ўқитувчининг шахсга йўналтирилган ўзаро муносабатлари ҳисобланади. Ижтимоий билимга тенг бўлган педагогик технологияларнинг ташкил топишида фаннинг роли ортиб бормоқда.

Шу нуқтаи назардан келиб чиққан ҳолда ушбу бобда мавзу бўйича қатор маълумотлар келтирилган ва энг асосийси талабаларга тушунарли тарзда баён этилган.

### **Ўз-ўзини назорат ва муҳокама учун саволлар:**

1. Бугунги кунда таълим тизимидаги янгиликлар ҳақида сўзлаб беринг?
2. Таълим технологияси ва унинг ривожланиши ҳақида фикр билдиринг?
3. Таълимда технологик ёндашиш вариантлари деганда нимани тушунасиш?
4. Ахборот технологияларига нималар киради?
5. Ривожланган жамиятда ахборот технологияларининг ўрни қандай?
6. Педагогик технологияга берилган таърифларни изоҳлаб беринг?
7. Муаммоли таълим технологияси ҳақида фикрингиз қандай?
8. Модулли таълим технологиясига мисол келтиринг?
9. “Рейтинг”, “Технология”, “Инновация” тушунчаларини изоҳлаб беринг?
10. “Интернет”, “Электрон почта”, “Мультимедия” га мисоллар келтиринг?

---

## VI БОБ

---

### ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ТИЗИМИ БОШҚАРУВИ ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ ШАРТ – ШАРОИТЛАРИ, ТАМОЙИЛЛАРИ ВА УСУЛЛАРИ

---

#### Бобнинг қисқача мазмуни

---

*Ўрта махсус таълим тизими бошқаруви фаолиятини ташкил қилиш шарт – шароитлари, тамойиллари ва усуллари.* .Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолиятини ташкил қилиш йўллари.Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолияти тамойиллари.Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолиятини ташкил қилиш усуллар

*Ўзбекистон Республикасининг глобаллашув шароитида касб таълими муассасасини бошқариш.* Глобаллашув шароитида ўқув-тарбиявий жараёни бошқариш. Педагогик жамоа – ўқув муассаси бошқаришнинг объекти. Педагогик фаолиятни фаоллаштириш. Таълим муассасини бошқариш концепцияси. Педагогик фаолиятни бошқариш дастури. Таълим муассаси бошқарувининг педагогик йўналтирилганлиги. Маънавий-ахлоқий, кучли фуқаролик жамиятини куриш жараёнида раҳбар ва унинг шахси. Бошқарув фаолиятини амалга оширишда маркетинг.

---

**20 - мавзу. Ўрта махсус таълим тизими бошқаруви фаолиятини ташкил қилиш шарт – шароитлари, тамойиллари ва усуллари.**

**Режа:**

20.1. Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолиятини ташкил қилиш йўллари

20.2. Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолияти тамойиллари .....

20.3. Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолиятини ташкил қилиш усуллар

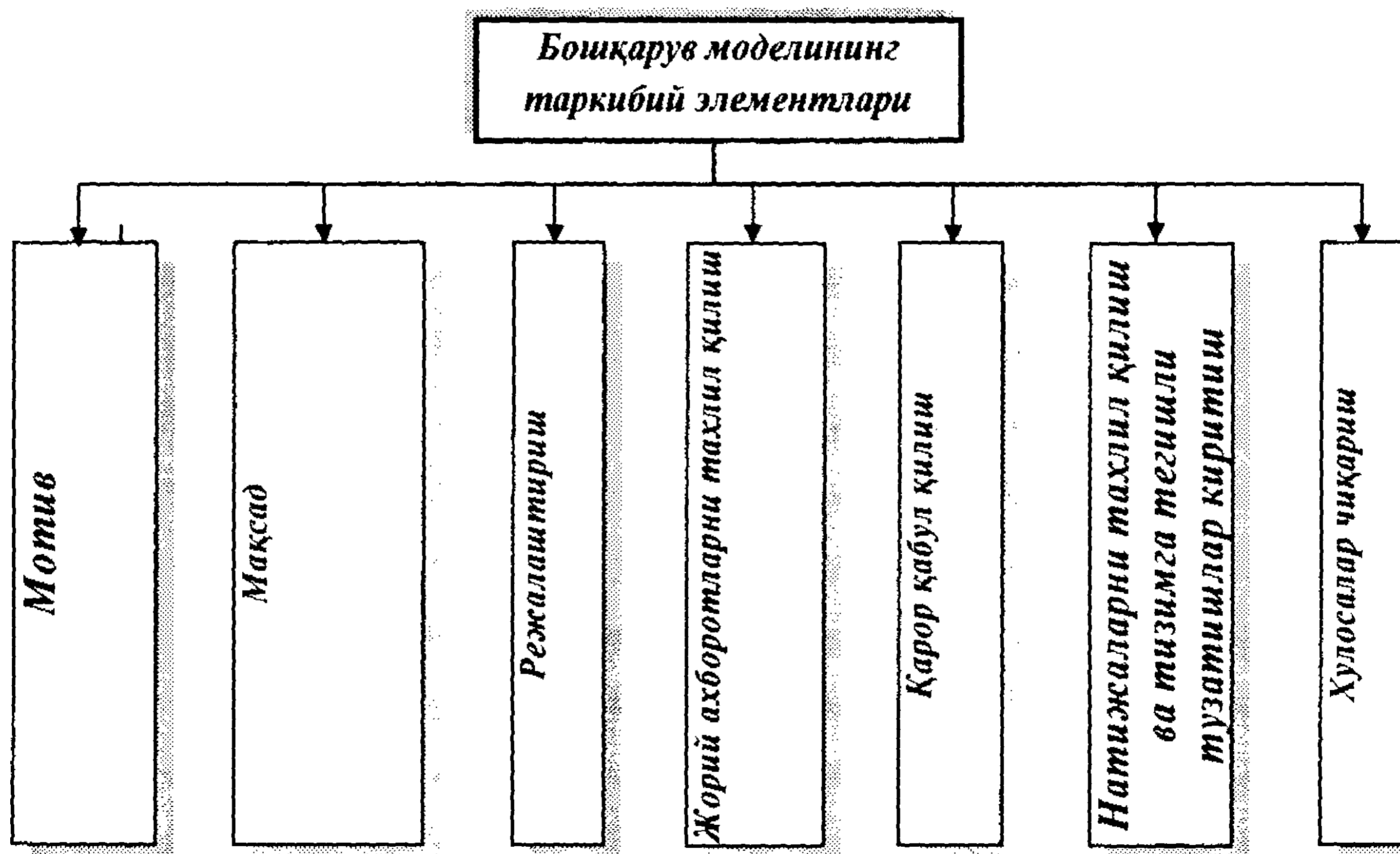
**20.1. Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолиятини ташкил қилиш йўллари**

Бошқарув тараққиётнинг ҳар қандай босқичида жамиятга хос бўлган ички хусусиятдир. Бу хусусият умумий характерга эга. Бошқарув халқ манфаатини кўзлаган ҳолда демократик услуб негизида амалга оширилади. Ўз-ўзидан равшанки, бундай бошқарув жараёнида инсон омилига, хусусан, миллат манфаати ва миллий қадриятларни такомиллаштиришга алоҳида эътибор қаратилади.

Биз 11 – чизма орқали бошқарув моделининг таркибий элементларини ёритиб ўтамиз.

11 – чизма

**Бошқарув моделининг таркибий элементлари**



Юқоридаги 11– чизмада бошқарув моделининг таркибий элементлари сифатида мотив, мақсад, режалаштириш, қарор қабул қилиш ҳисобланиши кўрсатиб ўтилган.

Таълим тизими ҳаёт билан, давлатимиз сиёсати билан боғлаш принципи Ўзбекистон ўқув муассасасилари, касб-хунар коллежлари



олдида турган барча назарий ва амалий вазифаларни ҳал этишда асосий принцип бўлиб келди ва шундай бўлиб қолади.

Ўрта махсус таълим тизимини бошқаришга сиёсий ёндашиш таълим-тарбия ишларидаги ҳодиса, факт ва жараёнларга мустақил Ўзбекистон Республикаси манфаатлари нуқтаи назаридан туриб муносабатда бўлиш демакдир.

Мустақил Ўзбекистон Республикасида Халқ таълимини кенг ёйилиши, миқдор ва сифати жиҳатидан жадал ўсиши, турли хилдаги таълим тизими ва таълим муассасаларидан ташқари ўқув-тарбия масканларининг ишлаб туриши, таълим ва тарбия жараёнини бошқаришнинг жуда зарурлигини тақозо этади. Ижтимоий бошқариш масалалари илмий билимнинг махсус соҳаси қилиб ажратилади. Педагогик жараёнларни, ҳодисаларни ва объектларни бошқаришда педагогика қонуниятларини ҳисобга олиш зарур. Бу ҳолда педагогик бошқариш тушунчаси қўлланилади.

Барча типдаги ўқув юртлари, ўқув муассасасидан ташқари муассасалар, халқ таълими бўлимлари ва бошқалар асосий бошқариш объектларига киради. Таълим-тарбияни ташкил қилиш ва бошқаришга доир ишларнинг ҳаммаси пировард натижада ягона асосий мақсадга эришишга, маълум даражада умумий маълумот даражаси ва касбий тайёргарлигига эга бўлган ҳар томонлама ривожланган ва имон-эътиқодли қилиб тарбияланган кишини таркиб топтиришга қаратилгандир. Халқ таълими тизимига таркибига вазирликлар, туман халқ таълими бўлимлари, ўқув муассасасилар, лицей, касб-ҳунар коллежлари киради.<sup>1</sup>

Таълимни тизимини бошқариш педагогика фанининг муҳим тармоғи бўлиб, Ўзбекистон Республикасидаги таълим тизими органлари ва уларнинг вазифалари, иш фаолиятининг мазмуни ва методларини белгилаб беради, шунингдек, таълим муассасаларига раҳбарлик қилиш тизимини асослайди.

Ўзбекистон Республикасида таълим тизимини бошқаришга умумий раҳбарликни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси олиб боради.

Республикада таълим тизимини бошқаришда бир қатор давлат органлари -тегишли вазирликлар -чунончи, халқ таълими вазирлиги ҳамда Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, шунингдек, марказлар, хусусан, Республика таълим маркази, академик лицей ва касб-ҳунар коллежлари фаолиятини мувофиқлаштирувчи марказ, вилоят, шаҳар ва туман халқ таълими бўлимлари ҳам иштирок этадилар.

Н.Боймуродовнинг фикрича, - “Бошқарув инсон миясига таққосланади, бунда шахснинг яратувчилик имкониятлари мужассамланган, ундан унинг ижодий қобилияти намоён этилишига

---

<sup>1</sup> Саидов М.Х. Таълим кредити: механизми, хусусияти ва амалиёти. Таълим муаммолари. №2. 2006 йил. 9 - бет

кўрсатма берилди. Инсоният томонидан фан-техника, иқтисодиёт ва ижтимоий мувафаккиятлар тобора оширилиб боришига кўра бошқарув фаолиятининг илмга бўлган талаби ҳам тўхтовсиз ўсиб боради. Бундай илмий ёндашиш эҳтиёжини қуйидаги ҳолатлар билан изоҳлаш мумкин:

Биринчидан, бошқарувнинг нодир хусусияти : бирор йўқдан муайян ниманидир қилиш, тарқоқ унсурлардан тизим тузиш.

Иккинчидан, раҳбар тасарруфида бўлган ёки у жавобгар ҳисобланган кадриятлар кўламининг жадал ошиши.

Учинчидан, инсонлар куч-ғайратига асосланган бошқарувнинг яратувчилик самараси раҳбариятдан ҳар томонлама маълумотлилик, ўз касбини устаси бўлишлик ва тизимли ёндашишни талаб қилади” [46].

Ҳар бир раҳбарнинг ҳокимлик имконияти унинг лавозим ваколатига кўра белгиланади, бу улар хизмат вазифасини бажариш учун зарур. Олдиндан кўра билиш, режалаштириш, уйғунлаштириш, назорат қилиш, рағбатлантириш, ўқитиш, ижтимоий ақлни тузиш раҳбарнинг асосий вазифаси ҳисобланади.

Энг юқори ҳокимлик имкониятига “биринчи шахслар” – тузилмага бошчилик қилувчилар (ОТМ ректори, касб-ҳунар коллежлари ва академик лицейларни директорлари ва б.лар) эгадир. Улар ташкилот ҳаётий фаолияти Истикбол дастурини белгилаб беради, кадрлар сиёсатини амалга оширади. Анча қуйи даражадаги раҳбар (“иккинчи” ва “учинчи” даражали шахс)лар биринчи шахслар уларга берган ваколат доирасида иш юритади.

Таълимни бошқариш бўйича ваколатли давлат органларининг ҳуқуқларига доирасига қуйидагилар киради.

1. Таълим соҳасидаги ягона давлат сиёсатини руёбга чиқариш;
2. Таълим муассасалари фаолиятини мувофиқлаштириш ва услуб масалаларида уларга раҳбарлик қилиш;
3. ДТС, мутахассисларининг билим савияси ва касб тайёргарлигига бўлган талабларининг бажарилишини таъминлаш;
4. Ўқитишнинг илғор шакллари ва янги педагогик технологияларни таълимнинг техник ва ахборот воситаларини ўқув жараёнига жорий этиш;
5. Ўқув ва ўқув услубий адабиётларини яратиш ва нашр этишни ташкил қилиш;
6. Таълим олувчиларнинг якуний давлат аттестацияси ва давлат таълим муассасаларида экстернат тўғрисидаги низомларни тасдиқлаш;
7. Давлат олий таълим муассасаларининг ректорларини тайинлаш тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига таклифлар киритиш;
8. Педагог ходимларни тайёрлашни, уларнинг малакасини оширишни ва қайта тайёрлашни ташкил этиш, шунингдек, қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ваколатлар.

Республика таълим тизимини бошқаришда маҳаллий давлат ҳокимияти органлари ҳам иштирок этади. Уларнинг Республика таълим тизимини бошқаришдаги ўрни ва роли қуйидагилар билан белгиланади:

1. таълим муассасалари фаолиятининг минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш эҳтиёжларига мувофиқлигини таъминлайдилар;

2. таълим муассасаларини ташкил этадилар, қайта ташкил этадилар ва тугатадилар (Республика тасарруфида бўлган муассасалар бундан мустасно), уларнинг уставларини рўйхатга оладилар;

3. ўз ҳудудларидаги таълим муассасаларини ваколат доирасида молиялаш миқдорларини ва имтиёзларини белгилайдилар;

4. таълим сифати ва даражасига, шунингдек, педагог ходимларнинг касб фаолиятига бўлган давлат талабларига риоя этишни таъминлайдилар; шунингдек, қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ваколатларни ҳам амалга оширадилар.

Ўрта махсус таълим тизимини бошқариш соҳасида таълим муассасаси фаолиятини бошқариш ишларини ташкил этишга ҳам алоҳида эътибор берадилар. Таълим муассасаси унинг раҳбари (директори ёки ректор) томонидан бошқарилади.

Ўрта махсус таълим тизимида фаолият юритаётган раҳбар ўқувчиларни маънавий баркамол, жисмонан соғлом бўлишлари, фан асосларини пухта ўзлаштиришлари учун, умуман, таълим муассасаларининг бутун фаолиятини учун жавобгар шахс саналади. Ташкилотчи, олий маълумотли камида уч йиллик педагогик иш стажига эга бўлган энг яхши педагог туман халқ таълими бўлими тавсиясига биноан вилоят халқ таълими (Тошкент шаҳрида-шаҳар халқ таълими) бўлими томонидан директор этиб тайинланади, бир ўқув муассасасидан иккинчи ўқув муассасасига кўчирилади.

Ўрта махсус таълим тизимида фаолият юритаётган раҳбар буйруғини таълим муассаси ходимлари бажаришлари шарт. Раҳбарларнинг таълим муассасидаги вазифалари асосан қуйидагилардан иборат: ўқув муассасининг педагогик жамоасига раҳбарлик қилиш, кадрларни тўғри танлаш, жой-жойига қўйиш, ходимларнинг ижтимоий-ғоявий савияси ва малакасини ошириш учун зарур шарт-шароитларни яратиш, талабалар билим ва тарбияси сифатли бўлишини таъминлаш, синфдан ва ўқув муассасасидан ташқари ишларнинг ташкил этилишига раҳбарлик қилиш ва тегишли назорат ўрнатиш, талабаларнинг тўғри касб танлашини таъминлашни йўлга қўйиш, ота-оналар ва жамоатчилик билан олиб бориладиган ишларни ташкил этиш, ўқув муассасасида ички низом, санитария-гигиена, умумий режим, меҳнатни муҳофаза қилиш ва техника хавфсизлиги қоидаларига риоя этишни таъминлаш ва ҳоказолар.

Ўрта махсус таълим тизимида фаолият юритаётган директор педагог ва ёрдамчи ходимларни ишга қабул қилади ва ишдан бўшатади, ходимлар педагогларни рағбатлантиради, шунингдек, ўринли ҳолатларда уларни жазолайди, алоҳида ўртак кўрсатган педагог ва ходимларни давлат мукофотларига тавсия этади. Раҳбар муайян масалаларни ҳал этишда педагогик жамоа фикр мулоҳазаларини инобатга олади. Таълим муассаси фаолияти юзасидан тегишли муассасалар, давлат олдида жавоб беради.

Ўрта махсус таълим тизимида таълим муассаси фаолиятини ташкил этишда раҳбарга ўқув ҳамда тарбиявий ишлар бўйича ўринбосарлар кўмаклашадилар.

Ўрта махсус таълим тизимида ўқув ишлари бўйича директор ўринбосари таълим муассасининг ўқув ишлари бўйича масъул шахсдир. У ўқув ишларига бевосита раҳбарлик қилади. Олий маълумотли, камида уч йиллик педагогик стажга эга бўлган энг яхши педагогларгина мазкур лавозимда ишлашлари мумкин. Унинг номзодини таълим муассаси раҳбари тавсия этади, туман (шаҳар) халқ таълими бўлими тасдиқлайди.<sup>1</sup>

Ўқув ишлари бўйича директор ўринбосари ўқув муассасидаги таълим жараёнининг тўғри ташкил этилиши, ўқув дастурлари талабларини бажарилиши дарс машғулотларини тўғри ташкил этилиш ҳамда ўқувчиларнинг билимларини ўзлаштиришлари учун жавобгар бўлиб, таълим ишларининг йўлга қўйилиши ўқувчилар билим даражасининг ўсиши устидан назорат олиб боради. Педагогларга методик йўриқлар кўрсатади, таълим ишларининг уюштирилишини режалаштиради, метод бирлашмаларнинг ишларига раҳбарлик қилади.

Ўрта махсус таълим тизимида маънавият ишлари бўйича директор ўринбосарлари таълим муассасаларининг тарбиявий ишларига бевосита раҳбарлик қилувчи масъул шахсдир. Олий маълумотли, камида уч йиллик педагогик малакага эга бўлган энг яхши педагогларгина мазкур лавозимда ишлай олишлари мумкин. Унинг номзодини таълим муассаси раҳбари тавсия этади, туман (шаҳар) халқ таълими бўлими томонидан тасдиқланади.

Ўрта махсус таълим тизимида маънавият ишлари бўйича директор ўринбосари таълим муассасида тарбиявий жараённинг тўғри ташкил этилиши, тарбиявий ишларнинг йиллик режасини ишлаб чиқиш ва унинг бажарилиши учун зарур шарт-шароитлар яратиш, тадбирларнинг бажарилиши устидан назоратни ўрнатиш, ички тартиб қоидаларига риоя этилишини таъминлаш, талаба, педагог ва ходимларнинг маънавий кийёфасини шакллантириш, уларнинг хулқ-атворлари устидан назоратни ташкил этиш каби ишларни олиб боради.

Ўрта махсус таълим тизимида хўжалик ишлари бўйича директор ўринбосари - таълим муассасининг хўжалик-молиявий ишларини юритиш ишига масъул саналган шахсдир. Ушбу лавозимга номзодни таълим муассаси раҳбари тавсия этади ва туман (шаҳар) халқ таълими бўлими тасдиқлайди. Унинг асосий вазифаси молиявий маблағ билан ўқув муассасининг таъминланиши, қўшимча даромад манбаларини яратиш борасидаги таклифлар билан чиқиш, таълим муассасининг ўқув жиҳозлар

---

<sup>1</sup> В.А.Сластенин, И.Ф.Исаев, А.И.Мищенко, Е.Н.Шиянов. «Педагогика» Москва. «Школьная пресса». 2007. 261- стр.



билан таъминланиши, бинонинг жорий ҳамда тўла таъмирланишига эришиш каби масалаларини ҳал этишдан иборатдир.

Ўрта махсус таълим тизими муассасининг педагогик кенгаши (олий ўқув юртларида илмий кенгаш) таълим муассасаси раҳбари ҳузуридаги маслаҳат органи бўлиб, унинг қарорлари жамоанинг ягона ва умумий фикрини акс эттиради. Педагогик Кенгаш (Илмий Кенгаш) қабул қилган айрим қарорлар таълим муассасаси жамоаси учун ҳам, раҳбар учун ҳам мажбурий ҳисобланади. Чунончи, таълим-тарбия ишларининг ҳолати, ютуқ ва камчиликлари, педагог-ходимларни давлат мукофотларига тавсия этиш (уқув муассасасиларда ўқувчиларни синфдан-синфга кўчириш, ўқувчини ўқув муассасасидан ҳайдаш), каби масалалар педагогик (Илмий) Кенгаш йиғилишларида Республика ҳукумати қарорлари, Президент фармонлари, юқори органларнинг кўрсатмалари (масалан, ХТВ ва Олий ва ўрта махсус таълим вазирликларининг)ни амалга оширишга доир тадбирларини белгилаш, таълим жараёнини амалга ошириш, таълим-тарбия ишларини яхшилаш, инновацион ва ахборотлар технологияларни таълим жараёнига тадбиқ этиш, илғор иш тажрибаларини ўрганиш ҳамда оммалаштириш, оила, жамоатчилик билан таълим муассаси ўртасидаги ҳамкорликни юзага келтириш уни мустаҳкамлаш ва ҳақозо масалаларни кўриб чиқилади.

Кенгашнинг ҳар бир аъзоси таълим тарбия ишига оид масалани ўз ташаббуси билан Кенгаш йиғилиши муҳокамасига олиб чиқиш ҳуқуқига эга. Кенгаш қарори таълим муассасаси раҳбари томонидан тасдиқлангандан сўнг кучга киради ва жамоанинг ҳар бир аъзоси учун мажбурий ҳисобланади.

Х.Ибрагимовнинг фикрича, - “Ўрта махсус таълим тизими муассасаларида методик ишлар таълим-тарбия ишларининг сифатини оширувчи энг муҳим воситаларидан бири саналади. Методик ишларни ташкил этишдан кўзланадиган мақсад-педагогларнинг ижтимоий-ғоявий дунёқарашини кенгайтириш ва педагогик, услубий маҳоратини оширишдан иборатдир”<sup>1</sup>.

Методик бирлашмаларга тажрибали педагоглар бошчилик қиладилар, улар бирлашма йиғилишида сайланадилар.

Ўрта махсус таълим тизимида методик ишлар асосан таълим ва тарбия ишининг сифатини яхшилашга қаратилади ва у турли шаклларда олиб борилади. Методик бирлашмалар йиғилишларида очик дарслар ўтказиш тартиби, уларнинг ўтказилиш ҳолатлари ҳам муҳокама қилинади. Педагогларнинг ўзаро дарс кузатишлари ҳам методик ишларнинг муҳим шакли саналади. Таълим муассасаларида ташкил этиладиган методик ишлар умумий режада ўз ифодасини топади.

---

<sup>1</sup> Х.Ибрагимов. Педагогика назарияси. Т., “Фан”. 2011.9 – 10 бетлар.



Ўрта махсус таълим тизими бошқарувида раҳбарлар лавозим ваколати катта-кичиклигига қарамай улар учун қуйидаги тамойилларга кўра бошқарув ахлокининг умумий негизи ҳосилдир:

- ваколатлилик – лозим ваколатини малакали бажариш учун зарур билим, тажриба ва ўқувга эга бўлиш;

- инсонпарварлик – хизмат ҳулкидаги инсонни севиш ва эзгу ахлоқий ҳислат, одамлардаги энг яхши шахсий ишга қобиллик сифатларини очишга интилиш;

- инновациявийлик - янгиликни излаш, унга интилиш иштиёқи, асосли таваққал қила билиш қобилияти;

- прагматика – натижаларга кўра ишлаш, иш вақтидан самарали фойдаланиш, фаол инвестиция фаолияти;

- ортоботиклик - ўз ҳаётини кадрлай билишни англаш, келажакка бўлган барқарор ишонч, атроф муҳитга ғамхурлик билан муносабатда бўлиш.

Таълим тизимини бошқаришнинг ўзига хос муҳим белгилари, афзалликлари ва камчиликлари ҳам мавжуд. Қуйидаги 1 – жадвалда биз уларни изоҳлаб ўтамиз.

1 – жадвал

**Таълимни бошқариш тизимининг муҳим белгилари, афзалликлари ва камчиликлари**

<b>Бошқарув тизими</b>	
<b>Марказлашган тизим</b>	<b>Марказлашмаган тизим</b>
-Марказлаштирилган раҳбарият таълим муассасаларида узокда (тўғри ва кўчма маънода)	-Раҳбарлик ҳокимияти бошқарувнинг маҳаллий идоралари ва таълим муассасалари тақсимланган
-Таълим сиёсати марказлаштирилган ва бевосита бажарувчилар билан камдан – кам ҳолда келишиб қабул қилинади	-Таълим сиёсати минтақа, жамият ва ўқув муассасасининг ривожланишини қаноатлантирувчи умумий қарор асосида қабул қилинади
-Таълим сиёсати ҳамиша “раҳбар ҳар доим ҳақ ва бизга фармойиш бериши керак” қабилда олиб борилади	-Таълим сиёсати маҳаллий микёсдаги сиёсат бўлганлиги учун маҳаллий ҳокимият томонидан қўллаб – қувватланиши туфайли ўз тадбиқини топади
-Бўйсинувчи ташаббус кўрсатишдан кўрқадди, боиси “гапирдим бошимга тегди таёқ”	-Ташаббус ва экспериментлар маҳаллий микёсда кенг қўллаб – қувватланади ва рағбатлантирилади
-Раҳбар услуби автократик – юқоридан пастга	-Раҳбарлик услуби демократик ваколатнинг бир қисми ходимларга қарор қабул қилишда бериб қўйилади

-Самарасиз иш	-Қарор қабул қилишда қатнашган ходим маъсулиятни ўз зиммасига олишга самарали ишлашга тайёр
-Коммуникациянинг асосий тури, юқоридан пастга, коидага кўра, раҳбар монологи	-Кўпёқлама алоқа, касб бурчи ва самарали муҳокама
-Хатти – ҳаракатнинг тажовузкор, кинғирлик ва сусткашлик тури кенг тарқалган. Кўпчилик бўйсинувчилар ўз ҳуқуқини ҳимоя қилишдан кўрқадилар	-Бўйсинувчиларнинг қзини дадил тутиши. Инсон ҳуқуқларини ҳурмат қилишга зарурат сифатида қараш
-Ҳокимиятнинг битта кўлда тўпланиши бўйсинувчиларга нисбатан адолатсизликка, маҳаллийчилик ва ўзбошимчиликка, лавозимни суиистеъмол қилишга олиб келади	-Ҳокимиятнинг тақсимланиши инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва бир хил имкониятлар бериш раҳбарият тамонидан адолатсизлик, лавозимни суиистеъмол қилишликни бартараф этади
-Бошқарув вазифаларни ҳал қилишда ягона кўрсатма	-Бошқарув вазифасини ҳал қилиш бўйича таклифларнинг турли туманлиги ва улардан энг маъқулини танлаб олиш

Юқоридаги 1 – жадвалда марказлаштирилган ва марказлаштирималган таълим жараёнида содир бўладиган муаммолар ёритилган.

Ўрта махсус таълим тизими муассасаларида олиб борилаётган фаолият юзасидан иш юритиш ҳужжатларида қайд этиладиган ҳисоботлар муҳим аҳамиятга эгадир. Ҳисобот ишлари давлат томонидан белгиланган ва тасдиқланган шаклларда олиб борилади. Бунинг учун таълим муассасаси ҳужжатлари, иш юритиш ва ҳисоб-китоб яхши йўлга қўйилиши керак. Бундай муҳим ҳужжатлар сирасига ўқувчиларни ҳисобга олиш бўйича юритилаётган ҳужжат киради, унда:

- а) ўқувчилар рўйхати (алфавит асосида);
- б) ўқувчиларнинг шахсий ишлар;
- в) ўқувчиларнинг синфлар бўйича ( талабаларнинг курслар бўйича) рўйхати ва бошқалар мавжуд бўлади.

Ўрта махсус таълим тизими муассасаларида иш юритиш ҳужжатлари қуйидаги тартибда жойлаштирилади:

- 1.Раҳбар органларнинг кўрсатмалари;
- 2.Ташкилий масалаларга оид ҳужжатлар;
- 3.Ўқув масалаларга оид ҳужжатлар;
- 4.Тарбиявий масалаларга оид ҳужжатлар;
- 5.Кадрларга оид ҳужжатлар;

6.Жамоатчилик билан олиб бориладиган ҳамкорлик, таълим муассасасининг, оммавий ишларига оид ҳужжатлар;

7.Молия, хўжалик ишларига моддий таъминот ва таъмирлаш ишларига оид ҳужжатлар;

8.Таълим муассасасидан юборилган ва унга келган ҳужжатлар кайд этиладиган дафтар ва бошқалар.

Мазкур ҳужжатларнинг юритилиши таълим муассаси фаолиятига тўла баҳо бериш, мавжуд камчиликларни аниқлаш имконини беради.

Узлуксиз таълим тизими ва кадрлар тайёрлашнинг давлат ва нодавлат таълим муассасаларини таркибий жиҳатдан ўзгартириш ва уларни изчил ривожлантириш давлат йўли билан бошқарилиб борилади. Барча даражадаги таълим бошқарув органларининг ваколат доиралари «Таълим тўғрисида»ги қонунга мувофиқ белгиланади. Таълимнинг меъёрий-ҳуқуқ базаси ри-вожлантирилади. Молия-хўжалик фаолияти олиб бориш ҳамда таълим жараёнини ташкил этишда ўқув юртларининг ҳуқуқлари кенгайди ва мустақиллиги таъминланади. Таълим муассасалари Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланган тартибда аттестациядан ўтказилади ҳамда аккредитацияланади. Аккредитация қўлларига кўра таълим соҳасида фаолият кўрсатиш ҳуқуқи берилади.

Муассис ташкилотларнинг, маҳаллий ҳокимият органларининг, савдо-саноат доираларининг, жамоат ташкилотларининг, фондларнинг ва ҳомийларнинг вакиллари ўз ичига олувчи васийлик ва кузатув кенгашлари тузиш орқали таълим муассасаларининг самарали жамоат бошқаруви тизими жорий этилади.

## **20.2. Ўрта махсус таълим тизимида бошқарув фаолияти тамойиллари**

Ўрта махсус таълим тизимида самарали бошқарув бўлмаса, режалаштириш, ташкил қилиш, тарбиялаш, моҳиятлаш ва назорат қилиш вазифасини самарали бажариш мумкин эмас.

Ўрта махсус таълим тизимида бошқариш самарали бўлиши учун ўқув-тарбия жараёни барча иштирокчиларнинг-талабалар, профессор-ўқитувчилар таркиби, ўқув-ёрдамчи соҳа ва маъмурият ходимлари ва бошқаларнинг манфаатлари бундай ранг-баранглиги, табиийки, уларни бошқаришнинг тегишли тамойилларини танлашни талаб қилади.

Ривожланган мамлакатларда 2-жадвалда келтирилган бошқаришнинг саккизта асосий тамойилидан фойдаланилади.

*2-жадвал*

### *Таълимни бошқаришнинг асосий тамойиллари*

<b>№</b>	<b>Топшириқни бажаришга қаратилган</b>
<b>1</b>	Муаммони ечишга ижодий ёндашув (ўзгаришларга мослашиш учун тафаккурнинг барча имкониятларидан фойдаланиш)
<b>2</b>	Сифат ўзгаришларга эришиш учун мунтазам режалаштириш (сиёсат-режалаштириш-амалга ошириш-мониторинг ишлаб чиқиш)
<b>3</b>	Вазиятдан келиб чиқадиган раҳбарият услуби (вазият ва

4	Бўйсинувчиларга мослашув қобилиятини ошириш) Ўзаро ҳамкорлик ва идеалга бир хил муносабат (аниқ кутишлик, фойдали қайта алоқа) <i>Амалга оширувчиларга қаратилган</i>
5	Гуруҳ ва коммуникация аъзоларининг ҳамкорлиги
6	Буюртмачига қаратилган (буюртмачи, манфаатдор шахс талабларини бажариш бўйича хизматларни бажариш)
7	Ижобий фикрлаш, қулай муҳит ва ўзаро алоқа (ҳамкасбларни кадрлай ва ҳурмат қила билиш)
8	Ваколатни бериш ва ходимлар касбий масалакаси ошувига кўмаклашиш (ваколатни бериш ва касбий ўсиш учун шароит яратиш)

2 – жадвалда акс эттирилган 1-4 тамойиллар топширикни бажаришга-буюртмачилар (меҳнат бозори, фан, хизмат кўрсатиш соҳаси, тиббиёт ва х.к.) нинг мувофиқ малакали мутахассислар тайёрлашга қаратилган. Кейинги тўрт тамойил мутахассислар тайёрлаш жараёнини амалга оширувчилар-профессор-ўқитувчилар таркиби, ўрта махсус таълим тизимида ўқув-ёрдамчи соҳа ва маъмурият ходимлари ва бошқаларга қаратилган.

*Ижодий ёндашиш тамойили*, одатда ўқув-тарбия жараёнини бошқаришда қўлланилади. *В.И.Кузнецовнинг фикрича*, - «Ижодий ёндашиш тамойилини қўллаш зарурияти қуйидаги шартларни талаб қилади:

Биринчидан, ўқув фаолияти турининг хилма-хиллиги: маърузалар, лаборатория ва амалий машғулотлар, семинарлар, коллоквиумлар, мустақил ўрганиш, малакавий амалиёт, курс лойиҳалари (ишлари) ва х.к. Буларнинг мақсад ва вазифаси турличадир.

Иккинчидан, мақсад ва вазифаси, тузилиши ва мазмунига кўра ўқитиладиган фанлар ва курсларнинг турли-туманлиги.

Учинчидан, ўқитиладиган шахслар индивидуаллиги»<sup>1</sup>.

Кўрсатилган ўзига хосликларни ҳисобга олиш учун ҳам таълим олувчилар, ҳам таълим берувчилар фикрлаш имкониятидан унумли фойдаланиш зарур. Бу ўқув-тарбия жараёнини ўтказиш турли унсурларни ва шартларни мослашишга имкон беради.

*Фаолияти мунтазам режаслаштириш тамойили* ҳам таълим муассасалари турли бўлинмаларда, ҳам ўқув-тарбия жараёнини амалга оширишда кенг қўлланилади. Бу фаолият самарадор режасини ишлаб чиқариш, уларни бажаришни ташкил этиш, олинган натижаларни баҳолашни кўзда тутди. Ўқув-тарбия жараёнини бошқаришда бу тамойил

<sup>1</sup> Кузнецов В.И. Управления персоналом. М: Московский Государственной Университет Экономики, статистика и информатика. 2008.

ижодий ёндашиш воситаси ҳисобланади. Ўқитувчи, у ёки бу ўқув фаолият турини бажаришга ижодий ёндашиб, ўзининг ва таълим олувчиларнинг ҳаракатини режалаштириш, буни юқори савияда бажариш, натижаларини назорат қилиш ва баҳолаш, агар зарурат пайдо бўлса, ўзининг ва талабаларнинг фаолиятини ўзгартириш бўйича хулоса чиқариш.

**Раҳбарият услубининг мослашувчанлик тамойилидан** тез-тез ўзгариб турадиган вазиятда ишловчи кўпчилик раҳбарлар фойдаланади. Бундай вазият айниқса, ўқув-тарбия жараёнига хос. *В.Каримованинг фикрича*, - «Ўқув фаолиятининг тури ҳар хиллиги, фанлар ва курслар турли-туманлиги, шахслар индивидуал хусусиятларида намоён бўлади. Буларга қўшимча қилиб, яна таъкидлаш мумкинки, айти бир ўқитувчи турли гуруҳ ёки кичик гуруҳларда дарс ўтиши натижасида бошқариладиган жамоа кўпинча ўзгариб туради, устига-устак бу ўзгаришлар турли курс ёки факультетларда, бир неча йўналиш ва ихтисосликларни қамраб олади. Бундай шароитда ўқитувчи ҳар сафар фақат тегишли раҳбарлик услубинигина эмас, балки таълим ва тарбия усулларини ҳам танлаш лозим бўлади»<sup>1</sup>.

**Бир-бирини тушуниш ва ҳамфикрлик** бошқарув ғоясини белгилайди. Бу тамойилдан айниқса, ўқув-тарбия жараёнини бошқаришда фойдаланиш муҳимдир. Ушбу вазиятда ўқитувчилар ва талабалар қуйидагиларнинг моҳиятини англашда ҳамфикр бўлмоқлари лозим:

- ижтимоий ва шахсий кадриятлар;
- мамлакат иқтисодини ривожлантиришдаги йўналиши ёки ихтисослик;
- ҳам касбий, ҳам маънавий маънода шахсни шакллантирувчи курс ёки фан;
- курс ёки фаннинг мақсад ва вазифаси.

Бир-бирини тушуниш ва ҳамфикрлик даражаси ҳамкорлик муносабатини белгилайди ва ўқув-тарбия жараёнида фойдали қайта алоқа ҳисобланади.

**Гуруҳ (жамоа) ҳамкорлик тамойилидан**, одатда ўрта махсус таълим тизимида кафедра, лаборатория, факультет, таълим тизимини илмий ва бошқа бўлинмаларни бошқаришда фойдаланилади. Бу тамойил турлича фаол гуруҳий усуллар (“оқилона фикрлаш”) ни кўзда тутди, ҳамкорлар тенглиги ва ўз фикрини эркин мустақил баён қилиш буларга хос хусусият ҳисобланади. Бундай ҳолда раҳбар нимаси биландир дирижёрни эслатади.

**Буюртмачини назарда тутуш тамойилидан** ўрта махсус таълим тизимида ўқув-тарбия жараёнини бошқаришда, айниқса, буюртмачининг талабига мувофиқ мутахассисларни ихтисослаштиришда фойдаланилади. Фанларни танлаш бўйича талабалар ҳам буюртмачи ҳисобланади. Мазкур тамойил турли шартномавий ишлар (амалий ИТИ, тажриба-конструкторлик ишлари ва х.к.) ни бажаришда кенг қўлланади.

<sup>1</sup> В.Каримова. Ижтимоий психология. Т., “Фан ва технология” 2012. 68 – бет.



*Ижобий фикрлаш ва қулай муҳит тамойилидан* ҳамиша бошқарувнинг бошқа тамойилларини ҳам қўшган ҳолда фойдаланилади. Бу тамойил ўрта махсус таълим тизимида ҳамкасбларни кадрлаш ва ҳурмат қилиш, таълим олувчилар билан ҳамкорлик муносабатини ўрнатишга асосланади.

*Ваколатни бериш тамойилидан*, одатда, ўрта махсус таълим тизимида ходимлари касбий мукаммаллашувига кўмаклашиш мақсадида фойдаланилади. Бу тамойилдан яна “айланиб қолиш” усулини амалга оширишда, ўқув-тарбия жараёнини бошқаришда қўлланади (тарбия ўқитувчи вазифасини бажаради).

Ўрта махсус таълим тизимини бошқаришда барча усуллар ўзаро узвий боғлиқ бўлиб, улар бир бирини тўлдиради. Бошқарув муваффақиятининг муҳим омили раҳбарлик услуби ҳисобланади.

Одамлар билан ишлай билишлик раҳбарнинг асосий касбий даъвати ҳисобланади.

Н.Боймуродовнинг фикрича, - «Раҳбар услуби раҳбарнинг қуйидагиларга қанчалик мойиллигига боғлиқ:

- бошқа раҳбарлар билан ҳокимиятни бўлиша олишлигига;
- ўзига бўйсунувчилар тадбиркорлигига ва ташаббускорлигидан фойдалана олишига;
- раҳбарлигидагиларга ҳаракат режасини ишлаб чиқариш ва амалга оширишликни ишониб топширишга» [46].

Буларга боғлиқ тарзда раҳбарнинг тўрт хил услубини кўзатиш мумкин:

- автократик;
- бюрократик;
- демократик;
- аристократик.

Мак Грегор назарияси бўйича раҳбарнинг тўрт тури бўлиши мумкин:

-буйруқдор-ходимлар нима қилиши тўғрисида фармойиш беради (автократ услуби);

-маълум қилувчи-сабабларни кўрсатиб, ходимларга буйруқ беради (бюрократик услуб);

-консультант – қарор қабул қилгунча ёки режа ишлаб чиққунча ходимлар маслахатига қулоқ солади (демократик услуб);

-ҳамкор-ходимлар ҳаракат режаси ишлаб чиқиш ва амалга оширишни ишониб топширади (демократик услуб).

А. Холиқовнинг фикрича, - “Автократ (ёки авторитар) услуб шу билан тавсифланадики, раҳбар ўзининг шахсий (ёки, баъзи бир ким томонидан мажбурланган) ғоя, режа, тавсия ва ҳ.к.ни, буларни жамоа аъзолари у ёқда турсин, ўз муовинлари билан ҳам мутлақо маслахатлашмай амалга оширади. Раҳбарнинг нуқтаи назари бошқаларга тааллуқли фикрлар мажмуига асосланади, аммо у ўз шахсий фикри қилиб олиниб, баён этилади (яъни раҳбар бошқалар фикрини ўзиники қилиб олади). Муаммони гуруҳ бўлиб муҳокама қилишда у ўз фикрини қарор

сифатида таъкидлайди, уни муҳокама иштирокчилари буйруқ сифатида қабул қиладилар. Бундай раҳбарлар ижрочилар билан тўғридан-тўғри, уларнинг бевосита раҳбарларини четлаб, фаолият юритадилар”.<sup>1</sup>

Бошқарувнинг автократ услубида, агар раҳбар ўз ходимларига ишонмаса, яхши натижага эришиб бўлмайди. У каттик назорат ўрнатади ва улар муфассал текширади, бу билан ходимлар ташаббусини бўғади.

Бюрократик услуб бошқаришга расмий ёндашишга асосланади ва “меъёр доираси” да амалга оширилади. Бу усул фақат ижрочиларнинг эмас, балки раҳбарларнинг ҳам ташаббусини турли йўриқномалар, кўрсатма ва х.к. лар ёрдамида бўғиб қўяди.

Демократик услуб раҳбарнинг бошқарув фаолияти ва жамоа ўз-ўзини бошқарувининг энг самарали тарздаги нисбатига асосланади. Ҳаракат режасини муҳокама қилиш, қабул қилиш ва амалга оширишда ижрочиларнинг фаол ва онгли иштироки унинг асосий жиҳати ҳисобланади. Юқори самарага раҳбарнинг кўтаринки руҳи ва бўйсунувчиларга ишончи туфайли эришилади.

Умумий жипслик, умуммаваффақиятдан ғурурланиш, бир-бирини қўллаб-қувватлаш ва ҳамфикрлик-самарали ишлаш гарови.

Юқорида таъкидлангандек бошқарувнинг бирор услубини мутлақлаштириш мақсадга мувофиқ эмас. Муҳими-муайян вазиятларга мувофиқ бошқарув фаолиятида уларни қўшиб олиб бора билиш. Масалан, бошқарувнинг демократик услуби ўқув-тарбия жараёнини амалга оширишда яхши натижа беради, автократ услуби юқори ташкилотлар фармойишларини амалга оширишда, бюрократик усул эса-ҳисоб-китоб ва ҳисоботда.

#### а) Раҳбар ва ҳокимият

Ҳокимият - бошқалар хулқ-атворида таъсир этиш имкони. Ҳокимият раҳбарга хизмат ваколатига қўшимча тарзда керак, у ўз гуруҳи доирасидаги ва ундан ташқаридаги одамлар билан боғлиқдир. Буни машҳур тадқиқотчи Жон П.Коттер раҳбар ҳокимиятни кучайтириш керак “...чунки, у ҳамиша ўзига бўйсунмайдиганларга боғлиқдир, иккинчидан, шунинг учунки, ҳозирги ташкилотларда, амалда, деярли ҳеч ким унинг узлуксиз буйруқлари оқимида тўла итоат этмайди, фақат у бошлиқ бўлгани учун ҳам”, деб таъкидлайди [35].

Ҳокимият, таъсир ўтказиш воситаси, Френч ва Рэйвен (бошқарув ва етакчилик соҳаси тадқиқотчилари) таснифи бўйича бешта асосий шаклга эга:

1. Мажбурлашга асосланган ҳокимият-кўркитув орқали таъсир этиш: ишдан ажраб қолишдан кўрқиш, хизмат лавозими пасайишидан кўрқиш, мукофотдан маҳрум бўлишдан кўрқиш ва х.к. Кўпчилик раҳбарлар кўркитиш орқали таъсир ўтказиб ижобий натижага эришади, лекин маълум чегарада. Шу билан бирга, одатда салбий натижага ҳам эга бўлади: тортинчоклик, кўрқув, ўч, нафрат, бўйсунувчиларнинг ёвлашуви,

<sup>1</sup> А.Холиков.Педагогик маҳорат.Т.,ТДПУ., “Иқтисод Молия”. 2012. 51- бет.

булар Фред Луганс таъкидлашича, "...меҳнат унумдорлиги пасайишига, ўз ишидан норозиликка, алдашга ва бўйсунувчи томондан айёрлик қилишга олиб келади". Натижада тарозининг палласидаги салбий томон босиб кетади. Олий таълим муассасаларида, уларнинг кўпчилигида кўпинча кўркитиш орқали таъсир этишга ҳаракат қилинади, ўз мақсади-юксак ахлоқ, маданият, маънавиятга эга бўлган рақобатбардош мутахассис тайёрлашга эришишда бундай ҳолда эришиш мумкинлигига ақл бовар қилмайди.

2. Мукофотга асосланган ҳокимият - бўйсунувчилар эҳтиёжини қондириш билан таъсир этиш, рағбат ва моҳиятнинг биргаликдаги ҳаракати. Ҳокимиятнинг бу шакли бўйсунувчилар фаоллиги ва айтгани қилишликларига эришишда ёрдам беради. Бундан менежерлар, кўпинча, касбий спортда фойдаланадилар. Бундай ҳокимият олий маълумотли мутахассислар тайёрлашда самара беради. Муаммо шундаки, бажарилган иш учун айнан мос келадиган рағбат ва моҳиятни қандай (раҳбар фикрича эмас, балки бажарувчи фикрича) топиш керак? Бунда шуни ҳам эътиборга олиш керакки таълим муассасаси раҳбарияти моддий рағбатлантириш учун чекланган ресурсларга эгадирлар.

3. Эксперт ҳокимият - бўйсунувчиларнинг раҳбарга онгли равишдаги иттифоқи. Бу раҳбар ходимлар фикрича юқори малака ва вақолатга, билим ва муваффақиятга эга бўлса мумкин. Ижрочилар юқоридаги сифатларга эга раҳбарга ишонадилар, чунки у муаммо ёки масалани ҳал этишнинг ягона тўғри йўлини танлай олади (мутахассис ҳокимияти). Даволовчи врач ва бемор муносабати шундай ҳокимиятнинг ёрқин мисоли бўла олади. Эксперт ҳокимияти ўқув-тарбия жараёнини амалга оширишдаги ўқитувчи ва талабалар муносабатига ҳам тааллуқлидир. Талабалар ўз ўқитувчилари юқори малака ва вақолат эгасилиги, катта билим ва тажрибаси борлигига ишонсалар унинг тавсиялари, маслаҳати, кўрсатмалари ва ҳ.к.га бирор муаммони ўрганишда унга онгли равишда ёндашадилар.

4. Эталон ҳокимият (намуна ҳокимият) - раҳбар шахсий хусусиятлари, унинг етакчилик қобилияти асосига қурилган таъсир этиш. Бундай таъсир этиш асосида ижрочиларнинг раҳбарга бўлган қизиқиши, ҳурмат, ишончи ва кучли ёқтириши, шунингдек, унингдек бўлиш ва унга ўхшашлик иштиёқи ётади. Америкалик тадқиқотчи Т.Л. Хадсон шундай таъкидлайди: "Одамлар кўпинча ўзларини ўз хусусияти билан донг қолдирувчилар таъсирини ҳис этадилар ва кимни ўз идеалидаги деб билсалар, ўшанга ўхшаган бўлишни орзу қиладилар". Шундай ҳокимиятда раҳбарнинг ғайриодатий қарорини ҳам ижрочилар зўр қониқиш билан қабул қиладилар.

Бироқ ҳар қандай раҳбар ҳам табиатан шундай етакчи бўлавермайди. Улар нима қилсин? қуйидаги маслаҳатга амал қилсинлар:

- доимо ёдда тутинг, бутун жамоанинг диққат-эътибори Сизга қаратилган;
- ўзингизда етакчилик салоҳиятини ривожлантиринг;

- зарарли одатлардан кутилишга ҳаракат қилинг;
- ўз нутқингизни назорат қилинг;
- ўз ташки қиёфангизга парвосиз бўлманг;
- бўйсунувчиларни ўзингизга мойил қилишга ҳаракат қилинг.

Бу маслаҳатлар ақлий фаолият муассасаларининг раҳбарлари учун айниқса муҳимдир, олий таълим муассасалари шундай муассаса ҳисобланади.

5. Қонуний (ёки анъанавий) ҳокимият бошлиққа бўйсунуш анъанасига асосланган, чунки, шундай қабул қилинган ва бу муносабатларнинг тарихан шаклланган кўринишидир. *Н.Боймуродовнинг фикрича*, - “Ҳокимиятнинг мазкур шаклига мувофиқ ижрочи инсон (эксперт ва эталон ҳокимият) га эмас, балки лавозимга эътибор қаратади. Бу раҳбарнинг бўйсунувчиларга таъсир ўтказишнинг қулай шаклидир (агар улар ушбу анъанага онгли равишда амал қилсалар), чунки бу ундан кўп куч-ғайрат сарф этишни талаб қилмайди: ҳаммаси лавозим даражаси (субординация-паст лавозимдагиларнинг юқори лавозимдагиларга итоат этиши)га асосланган. Бироқ ана шундай “топталган сўкмок” дан ўзгаришлар ва янгиликлар томон бурилиш қийин” [46].

Келтирилган ҳокимият шакллари-назарий асос, олий таълим муассасасига раҳбарлик амалда шуларга асосланади. Ҳокимиятнинг шаклини танлаш асосий мезони, кўпинча улар мажмуи, рақобатбардош кадрлар тайёрлашга раҳбарлик самарадорлиги ҳисобланади.

#### б) Раҳбар ва вақт

Раҳбар вақт устидан ҳукмрон эмас, лекин ундан самарали фойдаланиши мумкин.

Ҳар қандай даражадаги раҳбарнинг олдида турган савол қуйидагича: қандай қилиб ишни самарали ташкил этиш ва энг яхши натижага эришиш мумкин? Аввало ўз иш вақтини оқилона тақсимлаш зарур.

Ўз иш вақтини ректор, проректор, таълим муассасалари бўлинмаларининг раҳбарлари, деканлари, кафедра мудирлари, ўқитувчилар ва талабалар тақсимлаши лозим.

Талаба қуйидагилар билан боғлиқ ўз хатти-ҳаракатининг раҳбари ҳисобланади.

-мустақил таълим - ўқитувчи раҳбарлиги остида билим, укув ва малакани мустақил эгаллаш.

-мустақил ишлаш - олинган билим, укув, малакани мустақил қўллаш ва мустаҳкамлаш.

Раҳбарнинг иш вақтини шартли равишда икки қисмга бўлиш мумкин:

-директив вақт-юқори раҳбар (ёки раҳбарлар) томонидан режалаштирилган турли бошқарув билан боғлиқ хатти-ҳаракатларга сарф бўладиган вақт; йиғилиш, кенгаш, планерка, илмий кенгаш мажлиси, кафедра йиғилиши ва х.к.;

-субдиректив вақт ўзининг бошқарув хатти-ҳаракатини ишлаб чиқиш ва амалга оширишга сарфланадиган вақт.

Агар раҳбарнинг директив вақтини унинг бошлиғи режалаштирса, субдиректив вақт раҳбарнинг ўзи томонидан режалаштирилиши ва фойдаланиши мумкин. Бу муҳим ва шу билан бирга мураккаб масала. Уни оқилона хал этиш учун қуйидаги амалий тавсиялардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

1. Вақтдан фойдаланиш режасини турли вақт birlikлари-йил, учойлик, ой, ҳафтада эришиш белгиланган аниқ мақсад ва тадбирлар ҳар бирини алоҳида эътиборга олиб тузиш зарур;

2. Йил, учойлик, ой, ҳафта, кун бўйича иш тартибини ўзи учун белгилаш ва вақтдан фойдаланиш режасини амалга оширишда ундан онгли тарзда фойдаланиш;

3. Вақтдан фойдаланиш аниқ режасини жуда бўлмаганда учойлик килиб тузиш лозим. Бироқ, жамоа вақтининг 60%ини режалаштириш керак, чунки кўзда тутилмаган тадбирлар чиқиб қолса, улар учун ҳам муҳлат қолиши лозим;

4. Вақтнинг бир ҳафтасидан фойдаланиш режасида унинг якуний натижасини аниқлаш ва зарур ишларни қуйидагича уларнинг аҳамиятлилиги тартибида белгилаш лозим;

-якуний натижага эришиш нуқтаи назаридан зарур ишлар;

-агар вақт етса, бажариш керак бўлган ишлар;

-албатта қилиш керак бўлган ишлар;

5. Ўзингизнинг вақт бюджетингизни мунтазам ўрганинг ва назорат қилинг. Ўз ишингиз мазмуни, бошланиши ва тугашини муайян шаклда қайд этиб боринг. Ўз ишингизни акс эттирувчи жадвал, вақт харитаси, график ва х.к лар ўйлаб топинг ва улардан фойдаланинг; уларни кўринадиган жойга осиб қўйинг ёки компьютер хотирасига киритинг.

6. Кенгаш, мажлис, планерка ва х.к. ларни камроқ ўтказинг, аммо ҳар бир тадбирни пухта тайёрланг.<sup>1</sup>

Вақтни оқилона режалаштириш ва фойдаланиш учун фақат юқоридаги тавсиялардан фойдаланибгина қолмай, балки аждодларнинг вақтга бўлган муносабат хусусидаги умумий тажрибаларидан ҳам хабардор бўлиш лозим. Бу тажриба “Раҳбар ва вақт” эслатмасида келтирилди.

“Раҳбар ва вақт” эслатмаси.

1. Ўзи ва бошқаларни уюштириш -демак, вақтни тасарруф этишни билиш.

2. Ҳаммасини ўз вақтида бажариш-турмуш ва ишдаги улкан кадрият.

3. Сиз вақтга қандай муносабат кўрсатсангиз, ундан ҳам худди шундай муносабат қайтади.

<sup>1</sup> Кузнецов В.И. Управления персоналом. М: Московский Государственной Университет Экономики, статистика и информатика. 2005. 19 стр.



4. Раҳбар-вақтдан унумли фойдаланишга ва бошқаларни ҳам шунга ўргатишга мажбур ташкилотчи.
5. Нимадир ўз вақтида қилинмаса, ўзи бажарилиши учун анча кўп куч ва вақт талаб этади.
6. Фақат вақт кам пайтдагина эмас, балки вақт кўпида ҳам ишлай билиш лозим.
7. Раҳбар вақт устидан хукмронлик қила олмайди, аммо ундан унумли фойдаланишга кодир.
8. Ҳар қандай вақт ичида керакли ва фойдали нимадир қилса бўлади.
9. Ҳозир ва шу бугун қилиш мумкин бўлган ишни, яхшиси кейинга ёки эртага қолдирмаслик керак.
10. Раҳбарнинг буюклиги вақт кам ёки мутлақо йўқ пайтда уни топа билишда.
11. Энг қиммат тўлов қўлдан кетган ёки чиқарилган вақт учун тўловдир.
12. Энг кўп тарқалган жинойт вақтни ўғирлаш, самарасиз сарфлаш ва увол қилишдир.
13. Вақтдан фойдаланишни ўрганиш - мақсад сари йўл тутиш.

Бизнингча, ўрта махсус таълими тизимида фаолият юритаётган раҳбар кадрларни замон талаби даражасида тайёрлаш учун махсус режа, дастур, услубий воситалар, махсус жиҳожланган замонавий лабораториялари мавжуд бўлган факультет очиш мақсадга мувофиқ. Бу ерда монитор тизимини амалга ошириш, миллий менталитетнинг фойдаланиши, ғоялар банкига эга бўлиш имконияти мавжуддир. Фақат мана шу йўл билан конституцияга хиёнат- бу ватанга, ҳалққа хиёнат эканлигини ҳар бир раҳбар онгига сингдириш мумкин.

Юқоридагиларга хулоса қилиб шуни таъкидлаш лозимки, раҳбарнинг асосий касбий фазилати-одамлар билан ишлай олиш. Бу танланган тамойиллар ва бошқарув услубига, шунингдек, бошқалар хулқига унинг таъсири, тавсифини белгиловчи раҳбарнинг ҳокимлик шаклига боғлиқлик бўлишини удалай олишидир. Раҳбарнинг вақтни оқилона режалаштириши ва ундан фойдалана билиши самарали бошқарувнинг муҳим шартидир.

### ***20.3. Касбий таълим тизимини бошқариш усуллари ва уларнинг аҳамияти***

Раҳбар психологияси, бошқарув қобилияти, услуби, муомала мароми, шахслараро муносабатлар, ижтимоий тренинглари, ишбилармонлик ўйинлари, фикрлар жанги бўйича раҳбар кадрларга умумий тушунча, шунингдек, амалий кўрсатма бериш зарурати бир талай эҳтиёжлар негизидан келиб чиқади.

Президентимиз И.А.Каримовнинг таъкидлашича, - "...тарбиячилар замонавий билим бериш, уларнинг маълумотини, малакасини ошириш каби пайсалга солиб бўлмайдиган долзарб масалага дуч келмоқда. Бу миллий кадрлар тайёрлашнинг бир томони, унинг иккинчи томони эса

рахбар кишиларнинг маънавий, рухий кифасидаги камчиликларида мужассамлашгандир.

Рахбарлик лавозимида мукаммал шахсий фазилатларга, мустаҳкам миллий характерга, бошқарувчилик қобилиятига, муайян муомала маромига ғоявий-сиёсий эътиқодга, миллий кифа, миллий ҳис-туйғулар, анъаналар, расм-русмларни ўзлаштиришга эга бўлган мутахассислар ўтиришлари лозим. Токи ижтимоий тараққиёт уларнинг измида эканлигини тушуниб етсинлар”<sup>1</sup>.

1. Ишонтириш бошқаришнинг асоси сифатида. Бошқарув - аниқ мақсадга йўналтирилган ишончсиз тасаввур ҳам этиб бўлмайдиган одамлар билан ишлаш.

Ўрта махсус таълим тизимида фаолият юритаётган замонавий рахбар олдида қўйган вазифаларга эришиш мақсадида бўйсинувчиларга ўз таъсирини ўтказиш учун ишонтириш воситасидан фойдалана олиши лозим. Ишонтириш воситаси бажарувчи онгига, шундай қилса, яъни рахбар хохлагандек, у ўз шахсий манфаатини ҳам қаноатлантирган бўлишини етказди, бугун бажарувчи манфаатдор шахсга айланади. Бу ҳақда образли қилиб М. Мексон шундай деган эди: «Бажарувчига нима қилиш кераклигини айтмайдиган, ишонтириш йўли билан таъсир этадиган рахбар унга нима қилиш зарурлигини «сотади». Шунда бажарувчи ниманидир ғояси ўзига ҳам тегишлилигини хис этади”<sup>2</sup>.

Ишонтириш усули таъсир этиш тўрт турини ўз ичига олади: *маълум қилиш, тушунтириш, исботлаш ва рад этиш.*

Маълум қилиш-бажарувчи нима учун ҳаракат қилиши лозим бўлса, шуни унга билдириш. Бундай хабардор қилиш бажарувчи, аввало, ишга киришишдан олдин нима қилиш лозим-у, у шуни уддалайдими, ишонч ҳосил қилиш учун зарур.

Агар ҳаракат қилиш арзийди ёки арзимади ёки мумкин эмас деб ҳисобласа, ҳеч ким ҳаракатни бошламайди.

Ишонтириш жараёнида маълум ёилиш кўпинча хикоя тарзида амалга оширилади, у икки хил тузилади:

- индуктив, бунда айрим омиллардан умумлашган томон борилади;
- дедуктив, умумий қоидалардан айрим омиллар томон борилади.

Индуктив баён этишда хикоя бошида, қоидага кўра, савол қўйилади, хикоянинг бутун кейинги қисми бунга жавоб бўлади. Бундай ҳолда асосий маълумот анча фаол қабул қилинади. Дедуктив йўлида барчаси аксинча-савол асосий фикр баён этиб бўлингандан сўнг қўйилади.

<sup>1</sup> Каримов И.А. 2012 – йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади. 2011 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожланиш яқунлари ва 2012 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган ЎзР ВМнинг мажлисидаги маъруза. "Халқ сўзи", № 14, 20.01.2012.

<sup>2</sup> [www.ZiyoNet.uz](http://www.ZiyoNet.uz)

Шуни таъкидлаш жоизки, холерикка маълумот беришда (унга рухий фаолиятнинг тезкор суръати хос) баён қилишнинг дедуктив усулидан фойдаланиш мақсадга мувофик, флегматикка эса (рухий фаолиятнинг суст суръати хос) – индуктив усул қўл келади.

Ҳамма тоифадаги раҳбар учун тушунтириш маълум қилиш каби муҳим аҳамиятга эга. **Йўриқлов тушунтириш усули** - қандайдир йўриқни ўзлаштиришга ундовчи бажарувчи фаолиятини «ипидан нинасигача» бирма-бир уқдириш. Бундай ҳолда тингловчининг хотираси ишга тушади. Тушунтиришнинг бундай тури ижодий фикрловчи ва бадииятига мойил шахсларга жуда ҳам ёқавермайди.

**Баёний тушунтириш усули** - жонли тарзда омилларни мантикий кетма-кетликда (худди хикоядагидек) изхор этиш, бу муайян хулосага олиб келади. Бундай тушунтиришда раҳбар овоз, имо-ишора, юз ифодасидан моҳирона фойдаланиши лозим.

**Мулоҳазавий тушунтириш усули** - раҳбар бажарувчилар олдида бир вақтнинг ўзида «тарфдорлар», «қаршилар» деган саволни кўндаланг қилиб қўяди, бу бажарувчиларни фикрлашга (мажбур этмаган ҳолда) ундайди. Мазкур вазиятда бажарувчилар у ёки бу масалани хал этишда ўзларининг ўрни борлиги ва бунда иштирокчиларини хис этадилар. Тушунтиришнинг бундай усулидан ижодчи тоифадагилар билан ишлашда фойдаланган маъқул.

**Исботлаш усули** - мантиқ қонуниятлари-айният, зиддият, учинчисини истисно қилиш, етарлича асослаш-асосига қуриладиган ишонтиришда таъсир ўтказиш тури. Бундай таъсир этишда, одатда, бирор тезис (фикр ёки қоида) илгари сурилади, унинг ҳақиқатлиги исботланиши керак, шунинг учун исбот, далил ва (ёки) тезисни исботлаш учун асос излашга тўғри келади. Бу таъсир одатда намоёиш этиш дейилади.

**Рад этиш усули** - бу ҳам исботлашга ўхшаган мантикий тарздаги таъсир этиш тури. Бироқ рухий жиҳатдан олганда булар ўртасида катта фарқ бор. Рад этиш, исботлашдан фарқли ўларок, одамлар хулқ-атворидаги қотиб қолган қараш ва одатларни танқид қилиш, эскиларни йўқотиш ва янгиларини шакллантириш билан боғлиқ. Бу тарафкашларда кучли қаршилиқ уйғотади. Шунинг учун эскининг тарафдорларини ишонтириш ва янгини қабул қилидириш учун кучли далил, исбот ва (ёки) даъво керак бўлади. Бурчакка тикиб қўйилган тарафкаш қурашдан воз кечиши мумкин.

Бажарувчиларни ишонтиришга асосланган юқорида кўриб ўтилган тўрт таъсир этиш туриш амалда тегишли йўсинлар билан тўлдирилади. Кейингилар вазият ва бажарувчилар шахсига боғлиқ ҳолда белгиланади.

Бажарувчиларга таъсир этиш йўли билан самарали таъсир этиш учун қуйидаги тавсиялардан фойдаланиш мақсадга мувофик:

1. Бажарувчи эҳтиёжини аниқ белгилашга ҳаракат қилиш ва унга ҳамдам қилиш.
2. Суҳбатни шундай фикр билан бошланки, у бажарувчининг кўнглига мос тушсин.

3. Катта ишонч ва хотиржамлик туйғусини уйғотадиган образ яратишга ҳаракат қилинг. Дўстона муносабат кўрсатинг.

4. Ходим ўз фикрини айтиб олишига йўл беринг.

5. Диалогингизни шундай тузингки, ходим бошданок «ха» деб жавоб беришга мажбур бўлсин.

6. Шундай қилинки, ходим ғоя ўзига тааллуқлилигини хис қилсин.

7. Ўз манфаатингизни кўзлаб эмас, балки ходимлар манфаати нуқтаи назарини фахмлаб гапиринг.

8. Агар бир неча хил фикр айтилса, энг кейин гапиришга ҳаракат қилинг; сизнинг далилларингиз тингловчиларга таъсири бўйича кўпроқ имкониятга эга бўлади.

9. Ўз ғоянгизга кўрғазмалилик башх этинг, уни намойиш қилинг.

Тавсияларга яна қўшимча қилиш мумкин; бажарувчи (таъсирланувчи):

-таъсирга қандайдир эҳтиёжни қониқишлик ёки қоникмаслик манбаи сифатида қараши керак;

-бажариш эҳтиёжни қондириш ёки қондирмасликка олиб келиш эҳтимоли юқори даражада деб ҳисоблаши;

-куч - ғайратининг раҳбар кутганини оқлаш имкони юқори даражада деб ҳисоблаши.

2) Бўйсунувчилар билан ўзаро муносабат. Ҳар бир бажарувчининг шахсий кадр - қиммати раҳбар учун дахлсиздир.

Ўзаро муносабатларда бўйсунувчилар шахсиятига бирон-бир эҳтиёжсизликка йўл қўйиш, унинг фуқаролик ҳуқуқини чеклаш мумкин эмас. Кадр -ўз инсонлик шаънини тан олиш.

*В.А.Петровскийнинг фикрича*, - “Раҳбар ва бўйсунувчилар ўртасидаги расмий ва норасмий муносабатларнинг мустаҳкамлиги жамоа аъзоларининг биргаликдаги меҳнат фаолиятдан қанчалик маънавий қониқиш ҳосил қилишларига боғлиқ. Агар улар ўзига нисбатан адолатли ва тўғри муносабат мавжудлигига ишонқирамасалар, унда бу уларнинг ўзаро муносабатларига салбий таъсир этади. Натижада раҳбар ўз фаолиятида муваффақиятга эриша олмайди ва низолар, келишмовчиликлардан четлаб ўта олмайди”[48].

Бўйсунувчилар билан ўзаро муносабат ижобий бўлиши учун ҳар қандай раҳбар, шу жумладан, ўрта махсус таълим тизими соҳасидаги, бошқарувнинг жаҳон тажрибаси асосидаги тавсияларга амал қилиши мақсадга мувофиқдир.

1. Ҳар бир ишда адолатли бўлинг. Сизни мукофот ҳаддан зиёд яхши бўлганлиги ёки жазодан кўрққанлик учун эмас, балки ҳар иккиси ҳам адолатли тақсимлангани учун ҳурмат қиладилар.

2. Ходимларга эътиборли бўлинг. Улар билан самимий қизиқинг. Улар ҳақида иложи бориша кўпроқ билишга ҳаракат қилинг: оиласи, қизиқиши, муаммолари ва х.к. қийин дақиқаларда уларга ёрдам қўлини чўзинг, қўллаб-қувватланг.

3. Бўйсунувчилар билан мулоқотда воизлик қилишдан сақланинг. Сабрли тингловчи бўлинг. Бошқаларни ўзи ҳақида сўзлашга рағбатлантиринг. Содда тутинг, инсон учун ўз номининг янграши инсон нутқи товушлари ичида энг ёқимли ва муҳим садодир.

4. Сертабассум бўлинг. Сизнинг жиддийлигингиз атрофдагиларни хавотирга солади ва нари итаради.

5. Танқидда жуда хушёр бўлинг. Бўйсунувчининг дилини оғритманг. Танқид қилишдан олдин унга ўз камчилигингизни айтишдан тортинманг. Одамлар эътиборини ўз хатоларига жалб этишда пардали қилиб, мулойимлик билан муносабатда бўлинг.

6. Инсонни ҳар сафар, гарчи озгина ютукка эришган бўлса-да, тез-тез мактаб туринг. Бўйсунувчининг хатоси ва адашишилигини таъкидлашга тўғри келган ҳолларда, сиз унинг ютуқларини кўрсатишдан ва афзалликларини самимий тан олишдан бошланг.

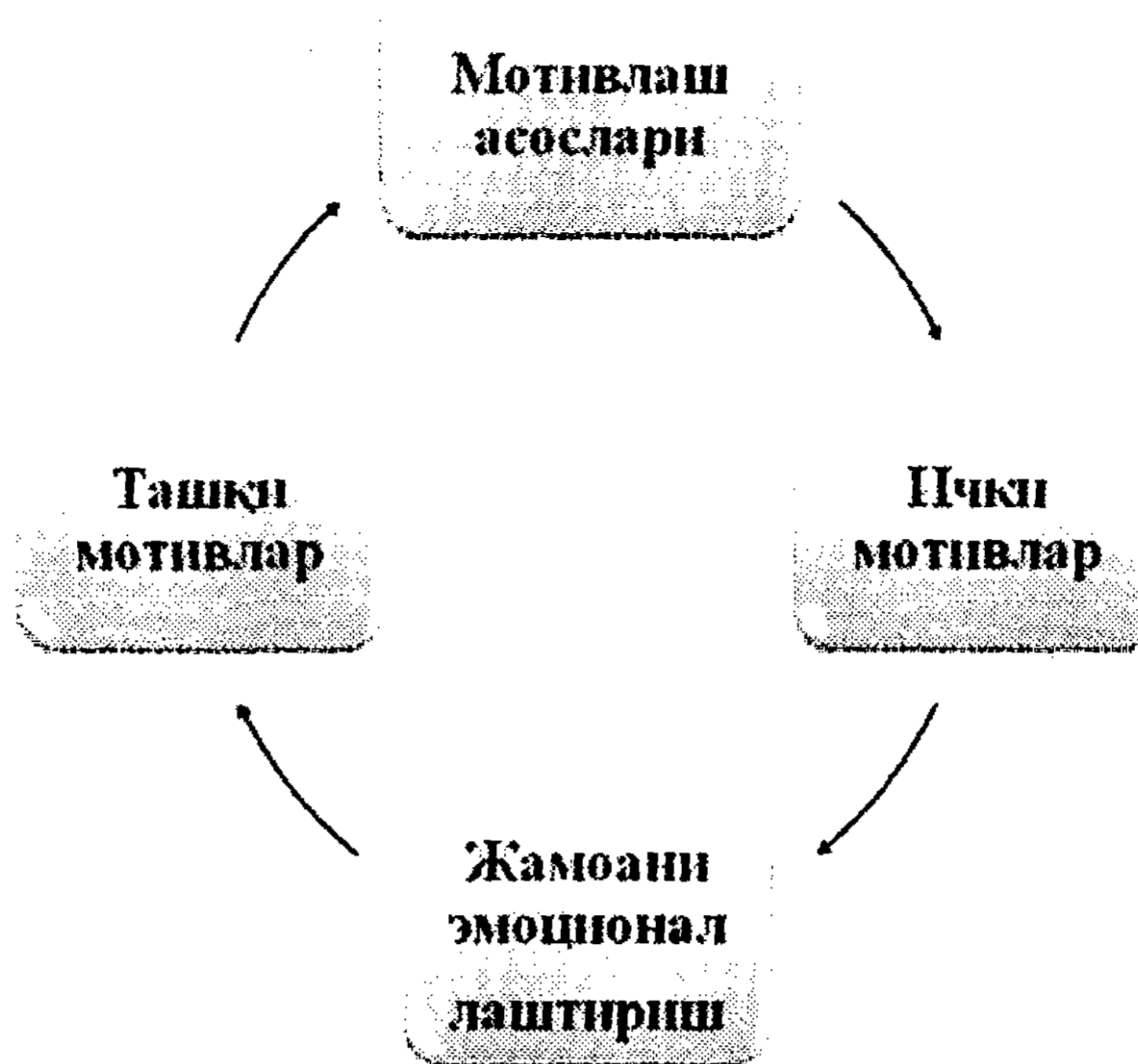
7. Ҳеч кимга буйруқ оханги ёкмайди, буни доимо эсда тутинг. Буйруқ бериш ўрнига савол бериш усулидан фойдаланинг. Масалан, «Шундай қилинг» ўрнига «Сиз нима деб ўйлайсиз, шундай қилса яхши бўлса керак?»

8. Кўпинча ўзингизни бўйсунувчининг ўрнига қўйиб кўринг. Муаммо ва топшириққа унинг нуқтаи назари билан қарашга ҳаракат қилинг, ходимлар нуқтаи назари ва фикр-мулоҳазасига ҳурмат билан муносабатда бўлинг. Шундай қилингки, бўйсунувчи учун сиз айтганингизни бажариш малол келмасин.

3) Мотивлаш. Фаолиятнинг самарадорлиги мотивлаш даражасига боғлиқ.

*Мотивлаш усули* - муайян мақсадга эришишга йўналтирилган бирор шахс (айрим шахс ёки шахслар гуруҳи)нинг фаолиятига рағбатлантириш жараёни. Асарда таъкидланишича, рағбатлантириш кишиларда меҳнатга иқтисодий, идроклаш ва ахлоқий қизиқиш уйғотишга қаратилгандир, бу уларни моддий таъминлаш омили ва ўзларини ҳамда ўз муносабатларини ишчанликни таъминловчи ижтимоий ақл борасида «гуманитарлашни» таъминлаш сифатида намоён бўлади. Биз 12- чизма орқали мотивлаш тарзини ёритиб ўтамиз.



**Мотивлаш асослари**

Юқоридаги 12 - чизмада мотивлар ички, ташқи ва жамоани эмоционаллаштирувчи бўлиши келтирилган. Ўз-ўзини намоён этиш, интизомлик ва ўзини ўзи бошқаришлик ички мотивлар ҳисобланади.

Ташқи мотивлар - булар:

- моддий рағбатлантириш(тоифасини ошириш, шахсий кўшимча қилиш, мукофот ва ш. к.);
- хизмат лавозими бўйича юқорилаш;
- маънавий рағбатлантириш (миннатдорчилик эълон қилиш, тақдирлаш ва х. к.);
- мажбурий чоралар (мунтазам назорат, меҳнат қонунчилигига мувофиқ жазолаш).

Жамоани эмоционаллаштириш куйидагиларни белгилайди:

- ✓ ошкоралик ва хабардорлик;
- ✓ мажбуриятларни аниқ ва асосланган ҳолда тақсимлаш;
- ✓ жамоанинг барча аъзоси мақсадни аниқ тушуниши;
- ✓ барчанинг режалаштиришда иштирок этиши;
- ✓ яхши меҳнат ҳамиша рағбатлантирилишини тушуниш;
- ✓ раҳбарлар томонидан аниқ ташкил этиш ва боқариш ва бошқалар.

Мотивлаш жуда мураккаб жараён, чунки у турли туман рухий, ахлоқий, иқтисодий, ижтимоий ва б. омилларга боғлиқ. Бундан ташқари ҳар бир инсон ўзига хос мотивация тузилишига эга. Шунинг учун инсонни фаол ишлашга рағбатлантиришнинг ягона воситаси йўқ.

Бирок, кишилар хулк - атворини белгиловчи баъзи умумий қонуниятлар тажриба ёрдамида аниқланган. Ҳар бир раҳбар мазкур қонуниятларни яхши билиши ва ўз бошқарув фаолиятларида улардан оқилона фойдаланиши лозим.

Бошқарув фаолияти амалиётни режалаштиришдан ва уларни бажариш учун шарт-шароит яратишдан бошланади. Шу маънода мотивлаш билан боғлиқ қуйидаги тавсиялар раҳбар учун фойдадан холи эмас.

1. Ташкилотнинг мақсад ва имкониятлари муносиб бўлиши керак.

2. Якуний натижага фақат аниқ мақсадгина олиб келади.

3. Фаолият чуқур ўйланган бўлиши лозим.

4. Жамоа ўртасида мажбуриятлар ва бурчлар аниқ белгиланиши, меҳнат меъёрлариниши ва чегараланиши зарур.

5. Жамоада ҳар бир киши ўзини кўрсата билиши ва имкониятларини юзага чиқариши учун ақлий муҳит, шароит бунёд этилиши керак, яхши меҳнат шароити, ишдан қониқошлик даркор.

6. Интилиб ва сифатли ишлаётган ходимга уни рағбатлантирмай туриб, бошқалар бажармаган ишни кўшимча қилиб топширмаслик керак. Бу уни тез ва сифатли ишлашга бўлган иштиёқини сўндиради, бошқасида эса боқимандачилик кайфиятини уйғотади.

7. “Билдим дедим тутилдим...” тамойилига амал қилмаган маъқул.

Бажарувчиларнинг ишини ташкил қилар экан, раҳбар буларнинг аҳамиятини таъкидлаши лозим, хусусан:

-бажарувчи ўзи кераклигини, ғояси ва таклифлари эътиборга олинишини хис этмоғи керак;

-меҳнат натижаси эгасиз қолмаслиги лозим, чунки кўпчилик ўзининг кадр-қимматини исботлашни хоҳлайди ва ўз меҳнатининг оқибати учун жавоб беришга тайёр туради.

Ўзига бўйсинувчилар юқори меҳнат самарасига эришишлари учун раҳбар мотивлаш бўйича қуйидаги тавсияларга амал қилиши лозим:

-бажарувчилар малакасини мунтазам ошириш учун шароит яратиш, мамлакатдаги ва халқаро тажрибани ўрганиш, конференция ва семинарларда иштирок этиш;

-иш жараёнида бажарувчилар янги билимларни эгаллашларини таъминлаш.

Нихоят, раҳбар меҳнатни тўғридан-тўғри рағбатлантиришдан унумли фойдаланиши керак-бу қуйидагилардан иборат:

-моддий ва маънавий рағбатлантириш тарзида бажарувчилар хизматини тан олиш;

-ташаббусни рағбатлантириш. Агар бирор ходимнинг таклифи жоиз бўлмасада, уни маъқуллаб қўйинг. Акс холда у умуман ҳеч қандай таклифни ўртага ташламайдиган бўлиб қолади.

Мотивлаш мажбурий чораларни ҳам ўз ичига олади, улар орасида мунтазам назорат юқори натижали ҳисобланади.

4) Назорат. Назорат - бошқарувнинг муҳим воситаси, у юзага чиқадиган муаммоларни улар хали жиддийлашиб улгурмасиданок аниқлаш ва хал этиши учун зарурдир.

Мунтазам назорат - «рахбар-жамоа» тизимидаги ўзига хос «қайтар алоқа». У автоматик бошқарув системаларидаги қайта алоқа сингари умуман жамоа ёки унинг айрим аъзосининг муайян вазифани хал этишдан огохланганлигини ўз вақтида аниқланиши керак. Шундан кейин рахбар фаолиятнинг амалдаги ахволини режалаштирилгани («такқослаш қурилмаси») билан қиёслайди ва бошқариш учун қандай ҳаракат қилишни белгилайди. Бу назорат функциясини «механик» тасаввур этишдир. Амалда эса назорат туфайли фақат фаолиятдаги четга чиқишликгина эмас, балки бундай четга чиқишликни сабаби, уларни бартараф этиш йўллари белгиланади.

Назорат юқорида қайд этилган функцияларни амалга ошира олиши учун, у қуйидаги талабларга жавоб бериши лозим:

1. *Стратегик йўналиш* – ташкилот ёки унинг бўлинмалари устиворлиги ва мақсадларини акс эттиради, уларни қўллаб-қувватлашни билдиради. Майда-чуйда нарсалар устидан назоратни ўрнатиш мақсадга мувофиқ эмас.

2. *Натижаларни мўлжаллаш*-ташкилот олдидаги аниқ мақсад ва вазифаларни хал этиш.

3. *Назоратнинг ўз моҳиятига мувофиқлиги*-ташкилот иши муҳим кўрсаткичларини объектив ўлчаш ва ҳаққоний баҳолаш.

4. *Ўз вақтидаги назорат* - ташкилот фаолиятини текширишнинг вақт оралиғи натижавийлиги нуқтаи назаридан самарадорлигини белгилаш.

5. *Назоратнинг мослашувчанлиги*-ташкилот фаолиятидаги содир булаётган муҳим ўзгаришларга мослаша олишлик.

6. *Назоратнинг соддалиги*-назоратни текширувчилар ва текширувчилар томонидан тушунилиши.

Ўрта махсус таълим муассасасидаги мунтазам назорат унинг профессор-ўқитувчилар таркибининг ўқув-тарбиявий жараён, илмий-методик ва илмий тадқиқот ишлари каби фаолият турларини ўз ичига олиши лозим.

Ўқув-тарбиявий жараён назоратининг ўзига хос томони бўлиб, уни режалаштириш ва ўқув-методик таъминлаш ҳисобланади.

*Н.Файзуллаеванинг фикрича*, - “Ривожланган мамлакатларда таълим тизимини бошқаришда ўз-ўзини (ёки баҳолаш) муҳим ўрин тутуди, бу ўз-ўзини аттестациядан ўтказиш доирасида амалга оширилади. Бу таълим тизими фаолияти турли соҳалари бўйича ихтиёрий «қайта алоқа» дир. У кўп йўналишли бўлиб ўз ичига ҳам ишлаб чиқарувчилар (илмий-педагогик

ва педагогик кадрлар)ни, ҳам истеъмолчилар (талабалар, уларнинг оналари, кадрлар буюртмачилари)ни олади”.<sup>1</sup>

Биз амалиёт давомида Чирчиқ шаҳар ижтимоий – иқтисодий касб –ҳунар коллежида фаолият юритаётган раҳбар ходимларнинг фаолиятини тахлил қилган ҳолда раҳбар ходим иши самарасини камайтирувчи омиллар ва раҳбар ходим иш самарасининг унинг ёрдамчилари сабабли камайтириш факторларини ўрганиб чиқдик.

***Раҳбар ходим иши самарасини камайтирувчи омиллар.*** Раҳбар ходим иши самараси биринчидан ўзига боғлиқ бўлса, иккинчидан, унинг ёрдамчиларига боғлиқ қуйида раҳбар ходим иши самарадорлигини камайтирувчи айрим факторларни келтириб ўтамиз.

Шундай қилиб раҳбар ходим:

1. Ўзини ҳам, коллективни ҳам иш режасини тузмайди.
2. Аввало ўзига ёқадиган ва таниш бўлган ишни бажаради.
3. Ўз ёрдамчиларига ишонмайди, уларнинг ишини ҳам ўзи бажаради.
4. Иш учун ўз ишчиларидан фойдаланишни билмайди.
5. Ходимлар ишини майда-чуйдасигача ўзи бажаришига интилади, умумий мақсад ва масалаларни аниқлаш билан шуғулланмайди.
6. Ёрдамчилари ўрнига ўзи қарорлар қабул қилиб, уларни маҳкам ушлаб туришга ҳаракат қилади, амалда ёрдамчилар ўсишига тусқинлик қилади ва ўзини ортиқча иш билан қийнайди.
7. Ўз ёрдамчиларини яхши билмайди, уларни иши билан қизиқмайди.
8. Ўз ёрдамчилари билан очик - ойдин гаплашишни билмайди ёки гаплаша олмайди.
9. Ўз ходимларини қобилиятига ишонмайди.
10. Ўз ишларини муҳим даражасини аниқлаб чиқа олмайди ва иш куни тартибини белгилаб чиқолмайди.

***Раҳбар ходим иш самарасининг унинг ёрдамчилари сабабли камайтириш факторлари***

1. Ўз раҳбарига мурожаат қилиш учун тайёрланган масалани ҳар томонлама тайёрламай, раҳбарнинг ишига халақит беради, бекорга вақтини исроф қилади.
2. Ўзи қарор қабул қилишга кўрқиб доимо раҳбарга мурожаат этади.
3. Ўз иши вақтидан тўғри фойдаланишни ўйламайди, топширилган топшириқларни ўз вақтида бажармайди ва шу тариқа раҳбарнинг режали ишларига тўсқинлик қилади.
4. Ўз иш фаолиятини, ҳақ - ҳуқуқларини аниқ билмайди.
5. Ўзи бажара олмайдиган иш билан банд бўлиб, конкрет топширилган топшириқни бажариш билан шуғулланмайди.
6. Ўз раҳбари билан иш соҳасида суҳбатлашиш қобилияти йўқ.
7. Олинган топшириқларни чуқур тахлил қилишга ўрганмаган, ҳар доим тайёр, аниқ топшириқ ва йўриқнома асосида ишлашга ўрганган.

<sup>1</sup> Н.Файзуллаева. Таълим менежменти ва иқтисодиёти. Маърузалар матни. Т.ТДИУ.2012.72 – бет.

8. Ўз ҳаётида нимага интилаётганини билмайди.

Бугунги кунда ўрта махсус таълим тизимини бошқаришда ўз-ўзини баҳолаш усули муҳим ўрин тутди, бу ўз-ўзини аттестациядан ўтказиш доирасида амалга оширилади. Бу таълим тизими фаолияти турли соҳалари бўйича ихтиёрий «қайтар алоқа» дир. У кўп йўналишли бўлиб ўз ичига ҳам ишлаб чиқарувчиларни, ҳам истеъмолчилар (талабалар, уларнинг ота-оналари, кадрлар буюртмачилари)ни олади.

#### **Қисқа хулоса**

Хулоса қилиб, шунини айтиш мумкинки, таълим тизими ҳаёт билан, давлатимиз сиёсати билан боғлаш принципи Ўзбекистон ўқув муассасасилари, касб-хунар коллежлари олдида турган барча назарий ва амалий вазифаларни ҳал этишда асосий принцип бўлиб келди ва шундай бўлиб қолади.

Ўрта махсус таълим тизимида бошқариш самарали бўлиши учун ўқув-тарбия жараёни барча иштирокчиларнинг-талабалар, профессор-ўқитувчилар таркиби, ўқув-ёрдамчи соҳа ва маъмурият ходимлари ва бошқаларнинг манфаатлари бундай ранг-баранглиги, табиийки, уларни бошқаришнинг тегишли тамойилларини танлаш муҳим аҳамият касб этади.

Ўрта махсус таълим тизимини бошқаришда ишонтириш, мотивлаш ва назорат бошқарувнинг таъсирчан усули ҳисобланади. Ишонтириш усули раҳбарга бажарувчини у ёки бу масалани ҳал этишдан манфаатдор қилишда кўмаклашади. Ходим фаолиятининг самарадорлиги ички ва ташқи мотивлар, жамоани эмоционаллаштириш билан белгиланадиган мотивлаштириш кучига боғлиқдир. Назорат усули раҳбарга бажарувчи (ёки жамоа) фаолиятидаги четга чиқишларни ўз вақтида аниқлашга ва бошқарувда тегишли қарор қабул қилишга имкон беради. Раҳбарнинг ходимлар билан ўзаро муносабатининг тавсифи бошқарув усулини «силлиқлаштирувчи» ҳисобланиши аниқланди.

### **21- мавзу. Ўзбекистон Республикасининг глобаллашув шароитида касб таълими муассасасини бошқариш**

#### **Режа:**

- 21.1. Глобаллашув шароитида ўқув-тарбиявий жараёни бошқариш.
- 21.2. Педагогик жамоа – ўқув муассаси бошқаришнинг объекти.
- 21.3. Педагогик фаолиятни фаоллаштириш.
- 21.4. Таълим муассасини бошқариш концепцияси.
- 21.5. Педагогик фаолиятни бошқариш дастури.
- 21.6. Таълим муассаси бошқарувининг педагогик йўналтирилганлиги.
- 21.7. Маънавий-ахлоқий, кучли фуқаролик жамиятини қуриш жараёнида раҳбар ва унинг шахси.
- 21.8. Бошқарув фаолиятини амалга оширишда маркетинг.



## 21.1. Глобаллашув шароитида ўқув-тарбиявий жараёни бошқариш

Мустақил Республикамиз амалиётида қўлланаётган қомусимизда белгилаб берилган қонунларимиздан келиб чиққан ҳолда шуни таъкидлаш лозимки, ҳар томонлама камолга етган баркамол инсон учун зарур бўлган маънавий қирралари - иймон, эътиқод, меҳр, ватанпарварлик, инсонга чексиз муҳаббат, дўстлик, мурувватлилик, қаноатлилик ва сабр-тоқатлилик, саҳийлик, миллий ғурур каби фазилатларни шакллантириш зарурдир.

Тарбиядан кўзланган асосий мақсад, ҳар томонлама маънавий ривожланган ақлий ва ахлоқий баркамол шахсни шакллантиришдан иборат. Шунга кўра тарбиявий фаолиятнинг мазмуни, ташкилий шакллари ва усуллари айнан ана шу мақсадга эришишни тақозо этади.

Тарбиявий иш маълум мақсадни кўзловчи ва узлуксиз давом этадиган жараёндир. Кўпинча бир неча мақсад ва вазифа бирданига бажарилади, бу эса ўқувчилар жамоасининг ақлий ва ахлоқий ўсишини таъминлайди.

Қуйида ўқув-тарбия жараёнининг қонун-қоидаларини кўриб чиқамиз.

1. Тарбиянинг маълум бир мақсадга қаратилганлиги қоидаси болалар жамоасининг ривожланиш истиқболларини кўра билишга ёрдам беради. Ҳар бир тарбиявий тадбир олдиндан пухта ўйланган, муайян мақсадни амалга оширишга бўйсундирилган бўлса, унинг ғоявий-сиёсий даражасини кўтаради, танланган усул ва воситалар мақсадга мувофиқ келади, уларнинг тарбиявий таъсири юқори бўлади.

Тарбия мақсадини белгилашда жамият талаблари, давр нафаси, миллий хусусиятлар асос қилиб олинади. Тарбиянинг мақсади - ҳар томонлама камол топган - мукамал инсон шахсини вояга етказишдан иборатдир.

Ўқитувчилар жамоаси ва ҳар бир ўқитувчи ана шу мақсадлардан келиб чиқиб, тарбиявий ишларнинг вазифаларини белгилайди, унинг мазмунини аниқлайди ҳамда мактаб иш шароитларини ҳисобга олган ҳолда ёш йигит-қизларни тарбиялашнинг шакл ва услубларини танлайди.

2. Тарбиянинг инсонпарварлик ва демократик қоидаси; Умумий таълим мактабида янги педагогик тафаккур эгаси, муносиб шахс, ўз ишининг устаси бўлган ўқитувчига эҳтиёж туғилади. Зеро ўқитувчининг билим савияси, маънавийти жамиятни ҳаракатга келтирувчи, таракқиётга элтувчи етакчи омиллардан биридир. Ўқитувчи ўзининг инсоний фазилатлари, юриш-туриши, хатти-ҳаракати, кийиниши, одоб-ахлоқи ва муомаласи билан ўқувчи қалбига кириши, уни эзгулик сари йўналтириши зарур.

Бир бутун педагогик жараёнда таълим доимо тарбиявий вазифаларни, тарбия эса ҳаётни билиш, унга тайёрланишдек масъулиятли вазифани бажаради. Тарбиянинг вазифалари кўп қирралидир. Таълимнинг асосий вазифаси ўқувчи-талабаларни билимлар билан қуроллантириш бўлса, тарбияда ўқувчи-талабанинг жамиятимизда қабул қилинган ахлоқ-одоб

қоидаларига мос келадиган эътиқодини, ахлоқий малака ва кўникмаларини, эҳтиёж ва интилишларини таркиб топтириш муҳимдир.

Ҳамма даврларнинг илғор кишилари тарбияга юқори баҳо берганлар. Халқ донишмандлари ва мутафаккирларидан Абу Наср Форобий, Абу Райҳон Беруний, Абу Али ибн Сино, Мирзо Улуғбек, Алишер Навоий, Завкий, Фуркат, Аваз Ўтар, Ҳамза, Абдулла Авлоний инсон камолотини илм-фан ва тарбияда деб билдилар.

Тарбияшунос олим Абдулла Авлоний ўзининг «Туркий Гулистон ёхуд ахлоқ» асарида инсон камолотида тарбиянинг ролини алоҳида таъкидлаб шундай деганди: «Жаноби ҳақ инсонларнинг асл хилқатда истеъдод ва қобилиятни, яхши ила ёмонни, фойда ила зарарни, оқ ила қорани айирадиган қилиб яратган. Лекин бу инсондаги қобилиятни камолга етказмоқ тарбия воситасида бўладир. Агар бола яхши тарбия топиб, бузук хулқлардан сақланиб, гўзал хулқларга одатланиб катта бўлса, ҳар ким қошида макбул, бахтиёр бир инсон бўлиб чиқади. Агар тарбиясиз, ахлоқи бузилиб ўсса, насиҳатни қулоғига олмайдиган, ҳар хил бузук ишларни қиладиган, нодон, жоҳил бир расвойи олам бўлиб қолади. Тарбия қилувчилар табиб кабидурки, табиб хастанинг баданидаги касалига даво қилгани каби тарбияни боланинг вужудидаги жаҳл маразига «яхши хулқ» деган давони ичидан, «поклик» деган давони устидан бериб, катта қилмоғи лозимдир. Зероки, амри шарифи узра хулқимизни тuzатмоққа амр қилинганмиз. Лекин хулқимизнинг яхши бўлишининг асосий панжаси тарбиядир. Ахлоқимиз биносининг гўзал ва чиройли бўлишига тарбиянинг зўр таъсири бордир»<sup>1</sup>.

Ўқув жараёнини бошқариш нисбатан осон, унинг натижалари дарҳол намоён бўлади. Тарбиявий жараён эса ғоятда мураккаб.

Шуниси қувонарлики, тарбиявий ишларга янгича муносабат мустақиллик маънавият негизи асосида ҳукумат қарорларида, халқ таълими ислохотларида, олимлар ва ижодкор ўқитувчиларнинг изланишларида ўз аксини топмоқда. Ўзбекистоннинг узлуксиз таълим тизимидаги барча ўқув муассасалари ёш авлод онгида миллий истиқлол мафқурасини шакллантириш, маънавиятни миллий меросимиз билан бойитиш, ёш ватанпарварларни тарбиялашда янгича иш услублари асосида ижодий ёндашмоқдалар.

Маълумки, ўқув тарбиявий жараёни бошқариш педагогик жамоа фаолиятини ташкиллаштириш орқали амалга оширилади. Шу сабабли ўқув муассасасини бошқаришнинг асосий объекти педагогик жамоа ҳисобланади.

Ижтимоий бошқарувнинг асосий моҳияти қуйидаги икки асосий масалани ечишга қаратилади:

1. Педагоглар фаолиятини йўналтириш.
2. Педагоглар фаолиятини фаоллаштириш.

Биринчи масалани ҳал қилиш учун бошқарув субъекти ходимлар фаолиятини талаб этиладиган йўналишга солувчи маълум дастурни ишлаб

<sup>1</sup>А. Авлоний. Туркий гулистон ёхуд ахлоқ. – Т.: 1992. 43-бет.

чиқишга зарурат туғилади. Иккинчи масалани амалга ошириш учун эса шахснинг ҳиссий-эҳтиёж соҳасидаги талабларини (моддий ва маънавий, жамоадаги ижтимоий-психологик муҳитни яхшилаш, меҳнатни ташкиллаштиришнинг самарали йўлларини ишлаб, чиқиш) рағбатлантиришни қондирувчи имтиёзли шароитлар яратиш тақозо этилади.

Педагогик фаолиятни фаоллаштиришда бошқарув дастурининг сифати, яъни аниқлиги, реал шароитга асосланганлиги, пировардида юқори натижа бериши, ишланганлик даражаси ҳам муҳим аҳамиятга эга бўлади. Ҳар бир соҳага оид дастурлар алоҳида хусусиятларга эга бўлади, бироқ уларнинг барчасида қуйидаги қонуниятлар кузатилади: бажариладиган иш қай даражада кўпроқ ижодий меҳнатни талаб қилса, жамият шу даражада инсонпарварлашиб ва демократлашиб боради, чеклашлар қай даражада кам бўлса ташаббус билан ишлаш даражаси шунча ортиб боради.

## **21.2. Педагогик жамоа – ўқув муассаси бошқаришнинг объекти**

Республикамиз ҳукумати томонидан таълим соҳасида ўртага қўйилаётган вазифаларни бажариш кўп жиҳатдан педагогик жамоага боғлиқ. Янги иқтисодий сиёсатга ўтиш шароитида таълим-тарбиядан кўзланган мақсадга эришиш вазифаси асосан педагогик жамоа зиммасига юклатилган. Бу ўз навбатида ўқув муассасасини бошқарадиган раҳбарнинг фаолияти билан бевосита боғлиқдир. Қайси ўқув муассасасида ички ва ташқи назорат яхши йўлга қўйилган бўлса, ўша таълим масканида таълим-тарбия ишлари ҳам изчил бўлади. Педагоглар жамоаси ишини системали назорат қилиш бир томондан ҳар бир педагогнинг ўз иши учун масъулиятини оширади ҳамда ўз фаолиятида учрайдиган камчиликларни вақтида аниқлаш ва тузатиш имконини беради.

Таълим муассасаси ишини ҳар жиҳатдан тўғри ташкил қилиш, унинг самарадорлиги натижаси гаровидир. Бу эса жамоа меҳнати жараёнларини оқилона йўлга қўйишни тақоза этади. Бинобарин, ёшларни тарбиялаш кўплаб кишиларнинг умумий меҳнати жараёнида ҳал қилинар экан, демак бу меҳнатнинг муваффақияти кўп жиҳатдан уларнинг кучлари қанчалик тўғри йўналтирилганлигига, мақсадлар бирлиги ва ҳаракатлар мувофиқлиги қандай таъминланаётганлигига боғлиқдир. Акс ҳолда биргаликда қилинаётган жамоа меҳнатининг самарадорлиги пасайиб кетиши мумкин. Умум мақсадларга эришиш йўлида ўқитувчи-педагоглар ўртасида ҳамжиҳатликни таъминлаш, ўзаро ҳамкорлик алоқаларини изчил йўлга қўйиш, мактабни бошқаришнинг муҳим вазифаси бўлиб, бу вазифанинг пировард натижаси асосан раҳбарнинг фаолиятига боғлиқ.

Таълим муассасасини бошқаришда раҳбар:

1.Тизимни ташкил этишни ишлаб чиқиши, тадқиқот, лойихалаш ишларини йўлга қўйиб иш тартибини белгилаши, шошма-шошарликка йўл қўйилмаслиги.

2.Амалий иш бажаришнинг белгиланган тартибда ва тизимга мувофиқ бажарилаётганини текшириш.

3.Иш меъёрининг бузилишига йўл қўймасликни, кийинчилик ва тўсиқларни ўз вақтида бартараф этилишини кузатиши ва шу сингари бошқа муҳим ишларни амалга ошириши лозим.

Демак, таълим муассасаси раҳбари иш фаолиятини 4 босқичга ажратиб кўрсатиш мумкин:

1.Олинган ахборот асосида қарор қабул қилиш. Ишнинг вазифаларини ва йўналишларини белгилаш. Маълум объектив маълумотларни таҳлил қилиш ва умумлаштириш. Яқин истиқболли режаларни белгилаш. Ишнинг мавжуд ҳақиқий аҳволини белгилаш, уларни таққослаш, имконият даражаларини ҳисобга олиш, вариантларни танлаш, муассасанинг ривожланиш йўлини белгилаш ва бошқалар.

2.Тегишли янги қарорларнинг асосий ғояларини уларни ижро қилувчиларга тушунтириши, олинган маълумотларга асосан ишни кўриб чиқиб, камчиликларни тузатиши, бу вазифаларни амалга оширишда ўқув-тарбияга оид тадбирларни амалга ошириши, кадрлар танлашдан тўғри фойдаланиши ва ҳоказолар.

3.Таълим-тарбия жараёнининг ҳақиқий аҳволи тўғрисида доимий ишончли маълумотлар олиб туриши, давлат дастурларининг бажарилишини, талабаларда ягоналикка эришилишини назорат қилиши, ўқитувчилар ва бутун жамоанинг ҳисоботларини эшитиб бориши ва бошқалар.

4.Фавқулодда юзага келган камчилик ва нуқсонлар ҳамда тўсиқларни бартараф этиши, интизомга оид суҳбатлар ташкил қилиши, шикоят ва илтимос билан келган ота-оналарни қабул қилиши, муассасани бошқаришнинг асосий вазифаларидан чалғитмайдиган ишлар ва топшириқларни бажариши ва ҳоказолар.

Ҳар ўқув йилининг охирида педагоглар жамоаси фаолияти яқунлари муайян шаклда аниқланади ва баҳоланади. Мазкур жараён бундан кейинги ишларнинг ташкил этувчиси ва бошланиши бўлиб хизмат қилади. Педагог ўқув йили охирида қилинган барча ишлардан олинган натижаларни солиштириб у ёки бу методларнинг қанчалик муҳим эканлигига баҳо бериши ва шу асосда тажриба тўплаши, ўз ишини такомиллаштириб бориши мумкин.

Йил давомида педагоглар жамоасида муҳокама қилиш учун барча педагогларнинг бир хилдаги тушуниши мумкин бўлган принципиал масалаларни қўйиб бориш ҳам яхши натижа беради. Жамоа раҳбари маънавият-маърифат борасидаги ишларнинг ҳақиқий аҳволини, машғулотларга, суҳбатларга, мажлисларга, турли мавзулардаги йиғилишларда мунтазам қатнашиш ҳамда ота-оналар, талабалар,



педагоглар билан доимий суҳбатлар ўтказиш орқали ўрганиб боради ва айрим жузъий камчиликларни йўл-йўлакай тузатиб боради.

Юқоридагилардан хулоса қилиб айтиш мумкинки, демак, жамоа раҳбари ва жамоа аъзоларининг фаоллигисиз, таълим-тарбия ишларида самарали натижаларга эришиб бўлмайди. Шу сабабли таълим муассасаси раҳбари доимо уларнинг кучига таянган ҳолда иш юритиши ва улар билан мунтазам равишда алоқада бўлиб туриши зарур.

### 21.3. Педагогик фаолиятни фаоллаштириш

Ўқув-тарбия ишлари жараёнида энг юксак натижаларга эришиб фаолиятнинг юксак даражада баҳоланиши ва ҳамма томондан тан олинганини истамайдиган педагог топилмаса керак. Бунга эришишни, ана шу хил орзунинг ушалишини педагогик маҳорат деймиз. Хўш педагогик маҳорат нима? Унинг моҳияти нимадан иборат? Унга қандай эришса бўлади? Ҳозирги замон педагогика ва психология соҳасидаги мактабларда «Педагогик маҳорат» тушунчаси турлича изоҳларга дуч келамиз. Бу тушунчанинг моҳиятини бир мунча тўлароқ аниқроқ таърифни «Педагогик энциклопедия»да берилган Бизнингча, бошқаларга нисбатан бу таъриф педагогик маҳорат мазмунини ва моҳиятини бир мунча тўғри ёритади.

«Тарбия ва ўқитиш юқори даражага эришиши ва уни доимо такомиллаштириб бориш имкониятини таъминловчи санъат бўлиб, талабага меҳр қўйган ва ўз касбини севган ҳар бир педагогнинг қиладиган иши. Ўз ишининг моҳир устаси бўлган педагог – бу юксак даражада маданиятли, ўз фанини чуқур биладиган, фаннинг ёки санъатнинг тегишли соҳаларини яхши таҳлил эта оладиган, тарбиялаш ва ўқитиш услубиётини мукамал эгаллаган мутахассисдир».

Бу таърифни яхши тушуниб, унинг унинг маъно моҳиятини таҳлил этадиган бўлсак, Ушбу таърифда педагогик маҳорат тушунчаси мазмунга қирадиган қуйидаги масалаларни ажратиш мумкин бўлади:

1. Умумий маданиятнинг юқори даражаси ва билимдонлик ва ақл-заковатнинг юксак кўрсаткичи;
2. Ўзининг ўқитаётган фанига доир кенг ва чуқур билим соҳиби;
3. Педагогика, умумий ва педагогик психология каби фанлар соҳасидаги билимлар билан қуролланганлик, уларда ўқитиш ва тарбиялаш ишлари тажрибасида эркин ва усталик билан фойдалана билиш;
4. Ўқув-тарбия ишлари методикасини мукамал эгалланганлик.

Педагогик маҳоратнинг мазмунида қуйидаги ўзаро боғлиқ бўлган асосий қисмларни ажратиш мумкин:

- педагогик инсонпарварлик йўналиши;
- ихтисослик, мутахассисликка доир билимлар;
- педагогик қобилият;
- педагогик техника (кўникма-иктидор).



Педагоглик дунёдаги энг қадимги касблардан биридир. Унинг ижтимоий аҳамияти ҳеч қачон камаймайди, сўнмайди. Педагоглик касби бир қатор муҳим талабларга жавоб бериши керак

Ҳозирги даврда, биз мустақил демократик ҳуқуқий давлатда фаолият кўрсатадиган педагог қандай бўлиши керак? Ҳозирги замон педагогининг шахси учун энг муҳими – бу инсонпарварлик йўналишидир. Педагог жуда юксак даражада умумий маданиятга эга шахс булиши лозим. У жуда кўп нарсани билиши керак, ҳозирги замонда ўзи ўқиётган фан соҳасидаги ютуқлардан, янгиликлардан хабардор бўлиши керак, ўз ўқувчиларини ҳар куни ўқишга ўргатиб бориши учун ўзи мунтазам ўқиб ўрганиб, ўз билимини тўлдириб, чуқурлаштириб бориши керак.

Демак, педагог педагогик маҳоратнинг асоси ўз устида ишлаб бориши – мустақил ўқишдир.

Фан ва маданият ривожланиши таълим-тарбия ишларининг қай йўсинда олиб борилишидан келиб чиқади. Бу фалсафий ақида давлат аҳамиятига эга бўлган ижтимоий қонуният ҳисобланади. Ўзбекистон мустақилликка эришгандан кейин таълим-тарбия соҳасида, миллий ахлоқ-одобни қайта тиклаш борасида, миллий урф-одатлар, турли-туман анъаналарни жойга қўйиш, миллий кадриятларни янада ривожлантириш хусусида жуда кескин ва буюк бурилишлар бўлгани барчага аён дир. Давлатнинг буюк келажаги, албатта ёшларни чуқур билимли ва покиза одоб-ахлоқли қалб эканини ёддан чиқармаслик лозим. Бу катта муаммода маҳоратли, билимли педагогларни ўрни муҳим ва педагогик маҳорат фанининг роли улкан.

#### **21.4. Таълим муассасини бошқариш концепцияси**

Республикамиз мустақиллиги шароитида таълим бошқарувини такомиллаштириш ва унинг самарадорлигини ошириш таълим таракқиётини ҳал қилувчи омил ҳисобланади. Шунинг учун бошқарувни демократик, адолатли, изчил, таҳлилий олиб бориш диққат марказида туради.

Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги қонунига мувофиқ олий таълимни бошқаришни қуйидаги босқичлари кўзда тутилган.

**1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси, унинг ваколати қуйидагиларни ўз ичига олади:**

- олий таълим соҳасида ягона давлат сиёсатини олиб боради;
- таълимни бошқариш бўйича ваколатланган давлат идораларига, шу жумладан олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги (ОЎМТВ)га раҳбарлик қилиш;
- таълимни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;
- таълим муассасаларини барпо этиш, қайта тузиш, тугатиш тартибини белгилаш;

- таълим муассасаларини аккредитациялаш, педагог ва илмий ходимларни аттестациялаш тартибини белгилаш;
- Ўзбекистон Республикасидаги бошқа давлатлар таълим муассасаларига таълим фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқини олиши учун рухсат бериш;
- чет давлатларнинг таълим стандартларини тасдиқлаш;
- маълумот тўғрисидаги давлат намунасидаги ҳужжатларни тасдиқлаш ва уларни бериш тартибини белгилаш;
- давлат гранти миқдорини ва таълим муассасаларига қабул тартибини белгилаш;
- давлат олий таълим муассасалари ректорларини тайинлаш;
- таълим олаётганларни аккредитацияланган бир таълим муассасасидан бошқасига кўчириш тартибини белгилаш;
- қонунчиликка мувофиқ бошқа ваколатлар.

**2. Таълимни бошқариш бўйича ваколатли давлат идораси (ОЎМТВ), унинг ваколатига қуйидагилар киради:**

- таълим соҳасида ягона давлат сиёсатини амалга ошириш;
- таълим ва бошқа муассасаларга методик раҳбарликни амалга ошириш ва раҳбарлик қилиш;
- давлат таълим стандартлари талаблари, таълим даражаси ва мутахассисларни касбий тайёрлаш сифатига бўлган талаблар бажарилишини таъминлаш;
- ўқув жараёнига ўқитишнинг илғор шакллари янги педагогик технологиялар ва ўқитишнинг инфорацион воситаларини жорий этиш;
- ўқув ва ўқув-методик адабиётлар яратиш ва нашр этишни ташкил этиш;
- таълим олаётганларнинг якуний давлат аттестацияси тўғрисидаги ва таълим муассасасидаги экстернет тўғрисидаги низомларни ишлаб чиқиш;
- педагог ходимлар тайёрлаш, малакасини ошириш ва қайта тайёрлашни ташкил этиш;
- Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига давлат олий таълим муассасасига ректор тайинлаш тўғрисида таклиф киритиш;
- қонунчиликка мувофиқ бошқа ваколатлар.

*Олий таълим соҳасидаги бошқарув билан шуғулланувчи шахсларга юксак даражадаги маъсулиятлик, ваколатлик ҳамда тартиб, маъмурий қоидаларни ички ва ташқи воситалар ёрдамида мунтазам самарали баҳолаш қобилияти хос бўлиши лозим.*

**21.3. Олий таълим муассасалари.** Давлат ОТМ бевосита Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан тайинладиган ректор томонидан бошқарилади. Давлатга алоқадорсиз ОТМда ректор таъсисчи (мулк эгаси) томонидан тайинланади.

Ректор “Олий таълим тўғрисида”ги Низомга мувофиқ таълим муассасасининг иш натижалари учун маъсулдир. У Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мувофиқ таълим муассасаси номидан фаолият кўрсатади, барча идоралар, муассасалар ва корхоналар билан уни

*намоён этади, мулкни тасарруф этади, шартномалар тузади, ишончнома беради, банкда таълим муассасанинг ҳисоб рақамини очади, кредитларни тақсим қилувчи ҳисобланади.*

Ректор ўз ваколати доирасида қуйидагиларни амалга оширади:

- барча ходимлар, талабалар ва бошқа таълим олувчилар учун буйруқлар чиқаради ва кўрсатмалар беради;

- бош муҳосибни ишга тайинлайди ва ундан бўшатади;

- илмий-тадқиқот, тажриба-эксперимент ва бошқа таълим муассасаси таркибига кирувчи ташкилотлар, бўлинмалар ваколатини белгилайди;

- ишчи, хизматчилар, шунингдек илмий-педагог ходимларни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан ва меҳнат қонунчилигида белгиланган тартибда ишга қабул қилиш ва ишдан бўшатишни амалга оширади;

- таълим муассасаси ходимлари лавозим маошига устама ва кўшимчалар белгилайди;

- ички тартиб қоидаларини касаба уюшмаси ёки бошқа ваколатли орган ходимлари билан келишиб тасдиқлайди;

- қонунчиликка мувофиқ бошқа ваколатларини амалга оширади.

Таълим муассасаси фаолияти асосий масалаларини кўриб чиқиш учун унда Илмий кенгаш тузилади. Унинг таркиби, ваколати, шакллантириш тартиби ва фаолияти таълимни бошқариш бўйича давлат ваколатли идораси - ОЎМТВ тадиқланган "Илмий кенгаш тўғрисида"ги Низомда белгиланади.

ОТМда, жамоатчилик бошқаруви органи бўлмиш Мураббийлик кенгаши тузилади. Унинг таълимга таъсисчи, ҳокимият маҳаллий органининг, ишбилармонлар доирасининг, бошқа таълим муассасаларининг, жамоат ташкилотларининг, фондларнинг, ҳомийларнинг вакиллари киради.

Талабалар ва илмий-педагог ходимлар манфаатини ёклаш, уларни ҳимоя қилишни таълим ва фан ходимлари касаба уюшмаси амалга оширади.

*Олий таълим соҳасидаги раҳбарлик вазифаси жиддий ижтимоий маъсулиятдир. Унинг аҳамияти шу соҳадаги барча ҳамкорлар, шу жумладан ўқитувчи ва таълим олаётганлар барчаси билан эркин мулоқот йўли билан сезиларли даражада оширилиши мумкин.*

Умумий манфаатлар, ўзаро ҳурмат ва ишонч асосидаги ҳамкорлик олий таълимни янгиланишнинг асосий усулидир. Ҳамкорлик таълим сиёсатини миллий ва тузилмавий микёсда ишлаб чиқиш ҳамда жорий этишда маъсул шахслар ўртасида, профессор-ўқитувчилар ва талабалар, ОТМ маъмурияти техник ходимлар, меҳнат соҳаси, ОТМлар, жамоатчи гуруҳлар ўртасида мавжуд бўлиши мумкин.

## 21.5. Педагогик фаолиятни бошқариш дастури

Ушбу қонуният ўқитувчилардан ташаббусни, мустақил қарор чиқара олишни, ўз вазифасига ижодий ёндошувни талаб қилувчи педагогик фаолиятга ҳам том маънода тааллуқлидир. Шу сабабли бу соҳада бажарилиши қатъий талаб этиладиган директив дастурларнинг қамроқ қўлланилиши мақсадга мувофиқ бўлади. Мисол учун, бундай дастурларда иш тартиби, ҳужжатларни юритиш ва меҳнат фаолиятининг охириги натижасига аниқ талабларни белгилаш билан чекланиш мумкин. Таълим натижасига белгиланадиган талаб қатъий белгиланади ва у давлат таълим стандартларида расмийлаштирилади. Педагогик фаолиятнинг сифат кўрсаткичи эса, мос равишда таълим олувчиларнинг ушбу талаблар даражасига мувофиқлигида ўз аксини топади. Демак, директив бошқарув дастурларидан воз кечиш педагогларга чекланмаган эркинлик берилишини аниқлатмайди. Ушбу йўналиш эътиборини таълим жараёни усуллари ва мазмунидан унинг якуний натижасига кўчирилишига қаратилган.

Бажарилишининг мажбурийлиги нуқтаи назаридан бошқарув дастурларини информатив ва директив турларга ажратиш мумкин. Жумладан, матбуотда нашр этилаётган турли илмий-методик тавсиялар информатив дастурлар ҳисобланади ва уларнинг бажарилиши мажбурий деб белгиланмайди. Педагоглар улардан фақат ўзи учун зарур деб билган қисмини бажариш ҳуқуқига эга. Информатив дастурларни бажариш тўлаллигича педагогнинг хоҳиши, унинг эҳтиёж ва истакларидан келиб чиқиб белгиланади. Директив ҳужжатларнинг бажарилиши мажбурий бўлиб, у тегишли тартибда назорат қилинади. Жамятимизнинг демократлашиб бориши натижасида информатив дастурларга бўлган эҳтиёж ортиб бориши кузатилмоқда.

Таълим муассасасини бошқариш концепциясини қўллаб бошқарув ғояларини ўзида мужассамлаштирган ташкилий модел сифатида тасаввур қилиш мумкин.

Фаолият нуқтаи назаридан ёндашилганда, бошқарув моделида қуйидаги таркибий элементларни учратиш мумкин: мотив, мақсад, режалаштириш, жорий ахборотларни таҳлил қилиш, қарор қабул қилиш, ҳаракат, натижаларни баҳолаш ва тизимга тегишли тузатишлар киритиш.

Бошқарув жараёни даврий характерга эга бўлиб, мазкур даврларнинг ҳар бири ўз давомийлиги, татбиқ этилиш соҳаси, вазифалари ва ечимига эга. Бошқарувнинг алоҳида олинган даврини қуйидаги жараёнларни қамраб олган бўғин сифатида тасаввур қилиш мумкин:

1. Ахборотларни қабул қилиш ва уларнинг таҳлили.
2. Бошқарув қарорининг қабул қилиниши.
3. Таълим муассасаси фаолиятини режалаштириш.
4. Режани бажариш учун ишни ташкил қилиш.
5. Ҳисоб-китоб, назорат ишлари ва натижаларини таҳлил қилиш.

## 21.6. Таълим муассаси бошқарувининг педагогик йўналтирилганлиги

Ўқитувчи - таълим микёсида раҳбар, у фанларни ўрганишда йўналишларни кўрсатади ва таълим олувчиларни тарбиялайди.

Кадрлар тайёрлаш бўйича миллий дастур мақсад ва вазифаларни ҳал этиш биринчи галда қуйидаги талабларни қўяди:

- олий таълим тизимидаги ўқитувчилар, илмий кадрлар, ходимлар, касбий-малакавий, маданий-таълимий, иқтисодий ва ҳуқуқий даражасини ошириш;

- давлат ва ижтимоий муҳофазасини такомиллаштириш, шунингдек тарбиячи, ўқитувчи ва илмий ходим касби обрўсини кўтариш.

Узлуксиз таълим тизимини ислох қилиш муаммолари ҳақида сўзлаб, Ўзбекистон Республикасининг Президенти И.А. Каримов шундай деган эди: «Ўқитувчилар ва тарбиячиларнинг турмуш эҳтиёжларини таъминлашимиз, касблари обрўсини кўтариш учун улар меҳнатини рағбатлантиришимиз лозим». Яна давом этиб: «... уни (мазкур муаммони) ҳал этмай келажак авлод тарбияси ҳақида гапириш ҳеч қандай маъно касб этмайди».

Ўқитувчи меҳнатининг устиворлиги уч «нуктага таянади»:

- биринчиси - ўқитувчининг малакаси, маданий ва маънавий даражаси;

- иккинчиси - таълим олувчилар саводлилиги ва касбий малакаси учун ўқитувчиларнинг маънавий жавобгарлиги;

- учинчиси - *моддий ва ижтимоий таъминот*, келгуси авлодни гармоник ривожланишга тайёрлашда ўқитувчи меҳнатининг аҳамияти, малакали кадрлар тайёрлаш орқали иқтисодиётни кўтаришдаги ўрни.

Кадрлар тайёрлаш миллий дастурида мужассам талаблар қўйилади, булар замонавий ўқитувчи моделини умумий тарзда ташкил этади (7.02-расм). қуйидагилар асосий талаблар ҳисобланади:

- ўқитувчи уддасидан чиқиш;*

- тарбиялашнинг уддасидан чиқиш;*

- шахсий сифатлар;*

- таълим олувчилар билимини объектив баҳолаш ва назорат қилишнинг уддасидан чиқиш;*

Ўқитувчининг уддалай олишига ўз навбатида кўпгина муҳим омиллар таъсир этади:

- ўқув жараёнини қўллаб-қувватлаш ва унинг муҳити;*

- ўқитувчиларнинг руҳий-педагогик тайёргарлиги;*

- касбий маълумот манбаи сифатида чет тилларини билиш;*

- фанни чуқур билиш, касбий ваколатлилиқ ва иқтидор;*

- янги педагогик технологиялардан хабардорлик;*

- илмий-методик ва илмий-тадқиқот ишлари янги методик ва билимлар манбаи сифатида;*

- ўз ишини такомиллаштиришга мунтазам интилиш;*



- узлуксиз таълим тизими меъёрий ҳужжатларини яхши билиш;
- компьютер технологиясини эгаллаган бўлиш;
- информация базаси ва ресурслар.

Тарбиялашнинг уддасидан чиқиш ўқитувчининг маданияти ва маънавияти), унинг шахсий хулқ-атвори ва обрўсига, ватанпарварлик ва бурчни ҳис этишига юқори даражасига таянади. Таълим олувчиларда яхлит олам қиёфасини, юқори маданият, маънавият ва жаҳон миқёсида фикрлашни шакллантириш учун ўқитувчи кенг гуманитар ва инсонпарварона тайёргарликка, шунингдек ўқув тарбия ишини ташкил қилиш малакасига эга бўлиши лозим.

Шахсий сифатлар бўлиб, ўқитувчидаги *талабчанлик* ва *адолатлилик* ва *хайрихоҳлик*, *мулозаматлилик* ва *мутойибани ҳис этиш ҳисобланади*. Бу сифатлар таълим олувчилар учун ўқитувчининг *референтлиги* (кадрлиги)ни белгилайди.

Объектив баҳолашнинг уддасидан чиқиш таълим олувчиларнинг билими руҳий – педагогик маънода ўқита билишлик ва тарбиялай олишлик билан чамбарчас боғлиқдир.

Объектив баҳолаш воситаларига нимаики тааллуқли бўлса, ўқитувчи уларни билиши шарт ва аъло даражада фойдаланиши лозим.

Бу рейтинг назорат, стандартлаштирилган тестларни ишлаб чиқиш ва қўллашни уддалай олиш ва б.

Кадрлар тайёрлаш миллий дастури талабларидан келиб чиқадиган ўқитувчининг умумлашма модели шундан иборат. Мазкур модел олий таълим ўқитувчиларига мос келиши керак.

Ана шу мувофиқликка эришиш учун, аввало, «Ўқитувчи ким бўлиши керак?» деган саволга жавоб бериши зарур. Шундан кейин малака ошириш ёки ўқитувчиларни, яъни мазкур мувофиқликни таъминловчи қайта тайёрлашнинг зарур хажми ва мазмуни белгиланади.

## **21.7. Маънавий-ахлоқий, кучли фуқаролик жамиятини қуриш жараёнида раҳбар ва унинг шахси**

«Раҳбарлик қилиш» сўзига изоҳли луғатда бошқариш, маслаҳат бериш, кузатиш, йўналтириш, кўрсатма бериш каби таърифлар берилган. Бундан кўриниб турибдики, ҳозирги даврда раҳбарлар зиммасига юклатилган талаблар жуда кўпдир. Уларни қуйидаги беш йирик гуруҳга бўлиш мумкин.

### **1. Маънавий етуклик.**

- сиёсий, ҳуқуқий ва ахлоқий етуклик;
- маърифатлилик ва маданиятлилик;
- ходимларни ватанпарварлик руҳида тарбиялашга қодирлик;
- топширилган иш учун шахсий жавобгарликни ҳис қилиш, ҳалоллик, виждонлилик.

- ташаббус ва илғорликни қўллаб-қувватлаш қобилияти.

### **2. Интизом ва меҳнатга бўлган муносабати.**

- меҳнатсеварлик; жамоа ўртасида интизомни йўлга қўя билиш;
- атрофдагиларда меҳнатсеварлик фазилатларини тарбиялай билиш;
- ишни режали олиб бориш.

### 3. Билим даражаси.

- иқтисодиётни, техника ва технологияни билиши;
- бошқариш илмини, функциялари ва тузилишини билиши;
- истиқболни билишга қодирлиги.

### 4. Ташкилотчилик қобилияти.

- ходимларни танлай билиш ва улардан самарали фойдаланишни уддалай билиш;
- қўл остидагиларни меҳнатга ўргатиш ва тарбиялаш салоҳиятига эга бўлиш;
- жипслашган жамоани вужудга келтира олиш;

### 5. Бошқариш самарадорлигини таъминлай олиш.

- бошқаришни коллегиял тарзда ташкил қила олиш қобилияти;
- иш ҳақида қисқа ва аниқ гапириш қобилиятига эга бўлиш;
- турли манбалардан иш учун зарур ахборотларни олиш қобилияти;
- бошқарув органи қарорларини бажариш устидан назоратни таъминлай билиш.

Ҳар бир раҳбар психологик билимлар билан бир қаторда муайян педагогик билимларга ҳам эга бўлиши керак. Айнан шу билимлар ёрдамида ёрдамида у ходимларга уларни тарбиялаш ва мукамаллаштиришларига янада самарали таъсир кўрсатувчи шакл ҳамда усулларни топиш мумкин.

Раҳбар қуйидаги муаммоларни ҳал этиши керак:

- ақлий ривожланиш (ходимларнинг умумий ва касбий маълумоти);
- маънавий бойиш (маданий тадбирлар ташкил этиш, этик муаммоларни ечиш);
- муомала маданиятини юксак даражага кўтариш.

Бунда қуйидаги тамойилларга риоя қилиш лозим:

- эзгу идеаллар билан машғул бўлиш;
- шахсий хислатларни такомиллаштириш.

Тарбиявий таъсир раҳбарнинг қуйидаги омилларни билишига боғлиқ:

- ходим маданияти ва маълумот даражаси, унинг ахлоқий касбий ва ҳаёт тажрибасининг қай даражада ривожланганлиги;
- жисмонан соғломлиги, маънавий баркамоллиги;
- индивидуал, ижтимоий-руҳий сифатлари;
- меҳнат жамоасидаги ижтимоий-руҳий муҳит;
- ахлоқий-маъмурий чорага ходимнинг муносабати.

Табиийки, тарбиявий таъсир умумий ва қотиб қолган бўлмаслиги лозим, чунки юқорида қайд этилган омиллар орқали ҳар бир муайян шахс учун ўзига хос ёндашувни талаб қилади. Шунинг учун тарбиявий таъсир ҳар бир шахснинг ўзига қаратилган бўлиши керак, бу эса раҳбар тарбиянинг турли-туман усулларида хабардор бўлишини тақоза этади.

Раҳбар тарбиявий таъсирни амалга оширишининг қуйидаги таъбир жоиз бўлса, «технологик тамойиллари» мавжуд:

1. Руҳий ўзига хослик, яъни шахсга тарбиявий таъсир ўтказишдан олдин унинг индивидуал, ижтимоий-руҳий сифатларини англаш лозим;

2. Маънавий мотивлар – ўзига бўйсунувчилар олдида юкори даражадаги хулқ-атвор эгаси эканлигини шахсан намоён этиш;

3. Якка тартибда ёндашиш, бу – ҳар бир шахснинг ўзига хос бўлган «аъло» томонини излаш;

4. Меҳнат фаолиятининг талабларига мослашиш, бу – ходим аклий имкониятини аниқлаш ва ундан самарали фойдаланиш бўйича муаммони ҳал этиш;

5. Шахсий мўлжал. Бу – ходимда ноёб қобилият куртакларини ўстириш ва уларни ривожлантириш.

Умуман олганда, раҳбар ходимга тарбиявий таъсир кўрсатар экан, Г.Сальенинг қуйидаги сўзларини ёдда тутиши фойдадан холи эмас: «Шуни унутмангки, ҳамма учун мос андоза йўқ. Биз, ҳаммамиз – турли тоифадамиз ва муаммоларимиз ҳам турлича».

## 21.8. Бошқарув фаолиятини амалга оширишда маркетинг

Бугунги кунда касбий таълим муассасалари ҳам бозор иқтисодиёти қонуниятлари асосида фаолият кўрсатиши ва таълим олувчиларни рақобатбардош қилиб тайёрлаши талаб этилади. Бунда таълим муассасасининг маркетинг хизмати муҳим ўрин тутди. Маркетинг тадқиқотлари кенг соҳадаги бир қанча масалаларни ўз ичига қамраб олади:

- қисқа (1 йилгача) муддатли ижтимоий-педагогик прогнозлар;
- узок (1 йилдан ортиқ) муддатли ижтимоий-педагогик прогнозлар;
- бозорнинг жорий ва истиқбол потенциалини ўрганиш;
- битирувчиларнинг ишга жойлашув статистикаси таҳлили;
- янги соҳалар мутахассисларининг иш ўринларини ўрганиш;
- янги иш ўринларини яратишнинг йўналишларини тадқиқ қилиш;
- бозор нархларининг белгиланиш характерини ўрганиш;
- таълим муассасаси иш фаолиятининг самарадорлигини белгилаш.

Таълим муассасаси бошқарувининг педагогик йўналиши барча имкониятларни асосий мақсад - ёш авлодни ижтимоий ишлаб чиқариш соҳасига муваффақиятли кириб боришини таъминлашга қаратилган бўлади. Таълим муассасаси раҳбари томонидан олға суриладиган режалар ва муҳим тадбирлар жамоада муҳокама қилиниши ҳамда мувофиқлаштирилиши лозим. Раҳбарнинг бу борадаги ҳаракатлари қўйилган вазифани амалга оширишга изчил ва катъий ёндашиб борилганда доимо қабул қилинади ва қўллаб-қуватланади. Ўқув юрти раҳбари жамоада ўз ишини ўзаро ҳурмат ва талабчанлик асосида ташкил этиши лозим.

Раҳбарлик қилувчининг шахс ўз хатти-харакатлари билан жамоага ибрат кўрсата олиши амалга ошириладиган катъий чораларнинг тушунилиши ва ижобий самарасини таъминлайди.

Агар раҳбар ўз соҳасининг билимдони, дейлик у яхши бир педагог бўлиши мумкин ёки бўлмаса у ажойиб инсоний фазилатлари билан одамларнинг ҳурмат-эътиборини қозонган, уларни нимагадир оғдириш, нимагадир ишонтириш, нимагадир ундаш ёки нимагадир эргаштиришни койилмаком килиб уддалай оладиган бўлсин. Лекин у кундалик ташвишларидан ортиб, ўз устида ишламаса, бугунги куннинг долзарб муаммолари, дунё микёсида рўй бераётган ўзгаришлар ҳақида ҳеч қандай тасаввурга эга бўлмаса, бундай раҳбар ўзи истамаган ҳолда тузатилмас хатога йўл қўйиши ҳеч гап эмас. Юртбошимиз таъкидлаб ўтганидек "...бугунги ҳаёт шиддати, воқеалар ривожини шу қадар жўшқинки, биз маънавият ва мафкура борасида қанчалик муҳим ва зарур ишларни амалга ошираётган бўлсак-да, баъзи ўринларда афсуски кеч қоляпмиз".

Жамият ҳаётининг турли соҳаларида глобал ўзгартиришларни амалга оширишнинг энг муҳим муаммоларидан бири бошқарувчи кадрлар муаммосидир. Таълим ҳам жамиятнинг таркибий қисми сифатида ҳозирги замон шароитида ўқув юрти ишида бошқариш назариясидан фойдаланиш муаммоларининг янада ривожлантирилишига эҳтиёж сезади.

Раҳбарлар-раҳбар-менежер жамоасини шакллантириш мураккаб масаладир. Ҳаётнинг ўзи, бозор иқтисодиёти ва тадбиркорлик амалиёти бу масала унинг ҳал этилишига кўмаклашади. Бироқ кўп нарса кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, бошқарувнинг илғор тажрибасини ўрганиш ва ёйиш, бошқарув фани ютуқларини амалиётга татбиқ этиш бўйича мақсадга йўнатирилган ишга ҳам боғлиқ.

Бозор иқтисодиёти тизимида ўтишнинг аниқ йўллари билан бири бозор шароитида бир неча юз йилдан бери яшаб келаётган илғор мамлакатлар тажрибасини ўрганишдан иборат. ХХI асрда бундай тажрибанинг жуда қимматли аспектидан бири кенг ҳажмли "менежмент" тушунчаси билан камраб олинадиган фаолият ва билим соҳасидир. Бунда "менежмент" тушунчаси бошқариш вазифасини касб сифатида амалга оширувчи одамлар-менежерларни ҳам англатади.

Бошқарувни ҳали жуда ёш, фанлараро ранг-баранг ютуқларига таянадиган илмий ва амалий билимнинг касби сифатида англаб етиш ҳозирги замон цивилизациясида мустаҳкам ўрин тутмоқда. Булар ХХ аср бошида Ф.Тейлорнинг "Илмий бошқарув", М.Вебернинг "Идеал бюрократия", А.Файолянинг "Маъмурият фани" каби асарларда ўзининг аниқ ифодасини топган. Бу билим соҳаси дастлаб бошқарувда катъий ва ягона рационализм (амалийлик) йўлидан борди. Бироқ бу менежментда рационализмнинг барча афзалликларига қарамасдан, кўпчилик ҳолларда янги иқтисодий-ижтимоий шароитларда ўқув юртларининг иш самарадорлигини оширишда энг яхши йўл ҳам эмас экан. Бошқариш билимлари тизимида бошқариш рационализмнинг чекланганликдан таъсирланиши сифатида бошқа феъл-атворий йўналиш мустаҳкам қарор топдики, бу ташкилотларда

бошқаришнинг реал моҳиятини тушунишни чуқурлаштириш учун психология, социология, маданий антропология ютуқларини кенг жалб қилишга асосланган. Бу йўналиш асосида "одамлар орасидаги муносабатларни" такомиллаштириш, "инсон омилини" ишга солиш, муҳандис-педагог, иқтисодчи-педагог ва бошқа ходимларнинг бошқарув жараёни ихтиросини ривожлантириш, пешқадамлик самарадорлигини ошириш бўйича тавсиялар амалга оширила бошланди.

Бошқарув тафаккури учун назарий ва амалий жиҳатдан бугунги кунда энг хос нарса нима? Адабий манбаларни таҳлил этишнинг кўрсатишича иккита янги оқим энг кўп кўзга кўринмоқда.<sup>1</sup>

1. Халқаро меҳнат тақсимотининг чуқурлашуви, жаҳон иқтисодиётида рақобат ва ўзаро боқлиқликнинг ўсиши, транснационал корпорацияларнинг ривожланиши, халқаро ахборот тизимларнинг яратилиши, интеграция хусусиятли бошқа тузилмалар муносабати билан юзага келган янги воқеаликларни жамоавий тафаккур қилиш.

Бошқариш бўйича кўплаб адабиётларнинг чоп этилиши, миллионлаб одамларга тушунарли бўлган менежмент бўйича дастурларнинг тарқалиши, турли мамлакатларнинг бошқариш тажрибасини текшириш орқали умумлаштириш, ҳолатларни ишлаб чиқиш, олимлар ва амалиётчиларнинг халқаро кенг алоқалари воситаси орқали «бошқариш» фани унга эҳтиёж сезаётган барча кишиларнинг мулкига айланмоқда.

2. Сўнгги йилларнинг хусусияти шундаки, бошқаришнинг оғир юкини ўз зиммасига олаётган ёки шу йўлга қадам қўяётган раҳбарларнинг тушунишлари ва фойдаланишлари учун кучлари етадиган бўлган, яхши ўзлаштириладиган рецептларга ҳамда ҳақиқатларга мурожаат қилинмоқда. Менежмент фан сифатида ўзининг бутун серкирралилиги билан ўз йўли бўйича ривожланмоқда ва улкан истиқболга эришмоқда.

Шу билан бирга ҳозирги вақтда аҳолининг кенг қатламлари ҳам бошқариш ғояларига ва самарали бошқариш рецептларига астойдил қизиқмоқдалар. Мазкур мавзу бўйича Д.Карнеги., У.Оучи., Т.Питер., Р.Уотермен каби муаллифларнинг қизиқарли ва жонли тил билан ёзилган китоблари, Л.Якокки, Г.Форд, А. Морит каби бир қатор йирик шахсларнинг мемуар асарларининг дунё юзини кўрганлиги фикримизнинг далилидир. Ҳатто мақсадлар бўйича «бошқариш», «оғишлар бўйича бошқариш» атамаларига ўхшаш «бестселле бўйича бошқариш» атамаси пайдо бўлди.

Шуни ҳам унутмаслик керакки, ҳозирги вақтда менежерларнинг сифати ва уларни тайёрлаш усулларигагина эмас, балки менежерларни касбий тайёрлашда раҳбарнинг ўзининг роли ҳам жиддий мунозараларга мавзу бўлиб қолмоқда. У махсус таълимга эга бўлган (кўпинча муҳандислик, ҳуқуқий, иқтисодий ва шунга ўхшаш билимларга қўшимча), профессионал бошқарувни касб қилиб олган.

<sup>1</sup>С.С.Ғуломов ва бошқалар. Ахборот тизимлари ва технологиялари. - Т.: "Шарқ" нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси, 2000.



## Қисқа хулоса

Таълим-тарбия ишларига янгича муносабат мустақиллик, маънавият негизи асосида ҳукумат қарорларида таълим ислохотларида олимлар ва ижодкор ўқитувчиларнинг изланишларида ўз аксини топмоқда.

Ўзбекистоннинг узлуксиз таълим тизимидаги барча ўқув муассасалари ёш авлодга миллий истиқлол мафкурасини шакллантиришда, маънавиятни миллий меросимиз билан бойитишда, ёш ватанпарварларни тарбиялашда янгича иш услублари асосида ижодий ёндошмоқдалар. Ўқув тарбиявий жараёни бошқариш педагогик жамоа фаолиятини ташкиллаштириш орқали амалга оширилади. Шу сабабли ўқув муассасасини бошқаришнинг асосий объекти педагогик жамоа ҳисобланади.

Шу нуқтаи назардан келиб чиқиб, ушбу бобда ўқув-тарбиявий жараёни бошқариш, педагогик жамоа-ўқув муассасаси бошқаришнинг объекти, педагогик фаолиятни фаоллаштириш йўллари, таълим муассасасини бошқариш концепцияси, педагогик фаолиятни бошқариш дастури, раҳбар ва унинг шахси кабилар кўплаб мисоллар асосида баён қилинган.

### Ўз-ўзини назорат ва муҳокама учун саволлар:

1. Ўқув-тарбиявий жараёни бошқариш қандай амалга оширилади?
2. Педагогик жамоага таъриф беринг?
3. Маркетинг – нима?
4. Бошқарув фаолиятини амалга оширишда маркетинг тизими ҳақида сўзлаб беринг?
5. Бошқарув дастури қандай амалга оширилади?
6. Шахс ривожланишининг асосий психологик ва педагогик омиллари ҳақида сўзлаб беринг?
7. Шахс ривожланишини ҳаракатга келтирувчи қандай кучлар мавжуд?
8. Ўқув юртларида таълим жараёни қандай шаклларда амалга оширилади?
9. Менежмент – нима?
10. Раҳбарга шахсига қўйиладиган талаблар Синингча бугунги кун раҳбари қандай хислатларга эга бўлиши керак?

## ГЛОССАРИЙ

**Аксиология** - кадриятлар тўғрисидаги фалсафий таълимот, аксиологик кадриятлар моҳияти.

**Аксиологик ёндашув** – инсонпарварлик педагогикасига ҳос бўлган хусусият, бунда инсон омилига ижтимоий кадрият ва жамият ривожланишининг пировард мақсади сифатида қаралади. Аксиологик тафаккур ўзаро алоқадаги ҳам ўзаро ҳаракатдаги дунё концепциясига асосланади.

**Анкеталаштириш** – анкета ёрдамида ижтимоий, иқтисодий, демографик, психологик, педагогик ва бошқа тадқиқотлар учун дастлабки материалларни йиғиш жараёни.

**Ахборотли малака** – таълим-тарбия масалаларига ахборотларни мослаштириш ва талқин қилиш малакаси.

**Ахлоқ** - шахснинг жамиятга ва бошқа кишиларга нисбатан бурчини белгилаб берувчи меъёрлар тизими, маънавий хулқ қоидалари, у ижтимоий онг шаклларида бири.

**Бошқариш** – ташкил этиш, қарор қабул қилишга қаратилган фаолият, объектни ўз хизмат вазифаси доирасида назорат қилиш, тартибга солиш, ишончли ахборотлар асосида таҳлил қилиш ва яқун ясаш.

**Вазифа** – мақсад ва уни амалга ошириш босқичларининг ойдинлаштирилиши.

**Давлат таълим стандарти** – узлуксиз таълимнинг муайян босқичида шахс (мутахассис)нинг тайёргарлик даражаси ва мазмунига қўйиладиган минимум талаблар.

**Дидактика** – таълим ва ўқитиш назарияси ҳамда ўқитиш жараёнида тарбиялаш мазмунини ифодаловчи педагогиканинг таркибий қисми.

**Изоҳлаш, тушунтириш** – оғзаки изоҳ, ёритилиши лозим бўлган турли материалларни изоҳлаш, исботлаш, таҳлил қилиш.

**Илмий муаммо** – фан орқали ҳал қилинадиган асосий зиддиятлар.

**Истиқболни белгилаш малакаси** – ижтимоий ва билиш жараёнларини режалаштириш ва бошқариш.

**Касбий – педагогик мулоқот** – педагог ва талабанинг ўзаро зич ижтимоий-психологик алоқаси тизими бўлиб, унинг мазмуни ахборотлар айрибошлаш, тарбиявий таъсир ўтказиш, коммуникатив воситалар ёрдамида ўзаро муносабатларини ташкил этиш ҳисобланади.

**Касбий тайёргарлик** – бўлажак мутахассиснинг психологик, психофизиологик, жисмоний ҳамда илмий-назарий ва амалий тайёргарлиги.

**Касбий билимдонлик** – педагогик фаолият юритиш учун зарур бўлган назарий ва амалий тайёргарлик бирлиги.

**Кузатиш** – бирор педагогик ходиса бўйича аниқ фактик материал олиш мақсадини кўзлаган идрок этишининг ўзига ҳос шакли.

**Кўникма** – ўрганиш натижасида кўлга киритилган, беихтиёр, автоматик тарзда бажариладиган ҳаракат. Кўникмалар бирор ҳаракатни назоратсиз, автоматик тарзда бажариш қобилиятидир.

**Лаборатория иши** – асбоб-ускуналар ва бошқа техник мосламалардан фойдаланган ҳолда талабалар билан тажрибалар ўтказиш, бирор ҳодисани махсус жиҳозлар ёрдамида ўрганиш.

**Маъруза** – одатда олий ўқув юртида бирор фан мазмунини оғзаки баён қилишга асосланган ўқув жараёни, методи.

**Малака** – шахснинг ўзи эгаллаган билимлари асосида уларнинг янги шароитдаги янгиликлар билан бирга, маълум бир фаолиятни самарали бажариш қобилиятидир.

**Мафкура** - гоё ва қарашлар тизими.

**Метод** – 1) табиий ва ижтимоий ҳаёт ҳодисаларини тадқиқ қилиш, билиш усули; 2) ҳаракат қилиш усули, тарзи.

**Мотив** – маълум эҳтиёжларни қондириш учун асос бўладиган кишининг ички фаолият мазмуни.

**Муаммоли ўқитиш** – ўқув машғулотини ташкил этиш шакли бўлиб, унда педагог раҳбарлигида муаммоли вазият юзага келтирилади ва унинг ҳал қилинишида таълим олувчилар фаол мустақил ҳаракат қиладилар.

**Педагогик жараён** – таълим масалалари, унинг таракқиётини ҳал қилишга қаратилган, махсус ташкил этилган педагог ва талабаларнинг мақсадли ўзаро муносабатлари.

**Педагогик малака** – муайян тоифадаги вазифаларни ҳал қилиш имкониятига эга бўлган мутахассиснинг касбий педагогик тайёргарлиги даражаси ва тури.

**Педагогик технология** – 1) олдиндан лойиҳалаштирилган педагогик жараённи амалиётга режали ва бир маромда татбиқ этиш ёки педагогик масалани ечишга қаратилган педагогнинг узлуксиз ўзаро боғланган ҳаракатлари тизимидир; 2) таълим-тарбия методларини у ёки бу тўпламини қўллаш билан боғлиқ бўлган педагогнинг узлуксиз, ўзаро шартланган ҳаракатлари тизимидир; 3) таълим шаклларини оптималлаштиришга қаратилган, техника ҳамда инсон омиллари, унинг ўзаро ҳамкорлиги асосида ўқитиш жараёни ва билимларни эгаллаш, яратиш, қўллаш ҳамда белгилашнинг тизимли методидир.

**Педагогик фаолият** – таълим мақсадларини амалга оширишга қаратилган ижтимоий фаолиятнинг алоҳида тури.

**Фаолият** – 1) онгли мақсад билан бошқариладиган кишининг ички (рухий), ташқи (жисмоний) фаоллиги; 2) атроф-муҳитнинг кишилар томонидан мақсадга мувофиқ қайта бунёд этилиши.

**Шахс** – 1) кишиларнинг ижтимоий хулқи, инсонлар орасида ўзини тутишини акс эттирадиган рухий сифатлари мажмуини билдирувчи тушунча;

2) турли-туман сифатлар тизимидаги кишининг рухий, маънавий моҳияти;  
3) ижтимоий моҳият касб этган ва ўз-ўзини англаш қобилиятига эга бўлган киши.

**Ўз-ўзини баҳолаш** – шахснинг ўз психологик сифатлари, хулқи, ютуқлари ва муваффақиятсизликлари, кадр-қиммати, камчиликларини баҳолай олиши.

## **ФОЙДАЛАНИЛГАН ВА ТАВСИЯ ЭТИЛАДИГАН АДАБИЁТЛАР**

### **Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Президент фармонлари ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамаси қарорлари**

1. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни. Тошкент “Шарқ” 2001 йил.
2. Кадрлар тайёрлаш миллий дастури. “Ўзбекистон” 1997 йил “Шарқ”. 2001 йил. Олий таълим миёрий ҳужжатлари.
3. “Ўзбекистон Республикасида ўрта махсус, касб-ҳунар таълими тўғрисида Низоми” Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 6 июлдаги 200-сон қарори.
4. Чет тилларини ўрганиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. ЎзР Президентининг қарори. 2012 йил 10 декабр.
5. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги ҳузурида таълим муассасаларида электрон таълимни жорий этиш марказини ташкил этиш тўғрисида. ЎзР Вазирлар Маҳкамасининг қарори. 2012 йил 25 июл.
6. Республика олий таълим муассасалари рейтингини баҳолаш тизимини жорий этиш тўғрисида. ЎзР Вазирлар Маҳкамасининг қарори. 2012 йил 29 декабр.
7. “Мустаҳкам оила йили” Давлат дастури. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 27 феврал ПҚ – 1717 сонли қарори.
8. «Малакали педагог кадрлар тайёрлаш ҳамда ўрта махсус, касб-ҳунар таълими муассасаларини шундай кадрлар билан таъминлаш тизимини янада такомиллаштиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 28 - майдаги ПҚ-1761 сонли қарори.

### **Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари.**

9. Каримов И.А. 2012 – йил ватанзимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади. 2011 йилда мамлакатимизни ижтимоий - иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2012 йилга мўлжалланган энг муҳим устивор йўналишларга бағишланган ЎзР ВМнинг мажлисидаги маъруза. Халқ сўзи., № 14 (5414). 20.01.2012.
10. Каримов И.А. 2012 – йил Ватанзимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади. 2011 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожланиш яқунлари ва 2012 йилга мўлжалланган энг муҳим устивор йўналишларга бағишланган ЎзР ВМнинг мажлисидаги маъруза. “Халқ сўзи”, № 14, 20.01.2012.
11. Каримов И.А. Ўзбекистон мустақилликка эришиш остонасида. –Т.: “Ўзбекистон”. 2011.
12. Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси. ЎзР Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатнинг қўшма мажлисидаги маърузаси. “Халқ сўзи” газетаси, №

220, 13.11.2010 й.

13. Ислом Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. Т. “Ўзбекистон”. 2009 йил.
14. Ислом Каримов. “Юксак маънавият – енгилмас куч.” Т. “Маънавият.” 2008 йил.
15. Каримов И.А. Баркамол авлод Ўзбекистон тараққиётининг пойдевори. – Т.: Ўзбекистон, 1997.

#### **Ўзбекистон Республикаси вазирликлари меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлари.**

16. Ўзбекистон Республикаси олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг “Олий таълимга оид меъёрий ҳужжатларни тасдиқлаш тўғрисида”ги 2000 йил 22 сентябр 251 сонли буйруғи.
17. 2012 йил 24 апрелда вазирликнинг “Олий ва ўрта махсус, касб-хунар таълими муассасаларининг илмий-методик ҳамкорлигини мувофиқлаштириш тўғрисида”ги 172-сонли буйруғи.
18. “Олий таълим муассасаларининг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш ва юқори малакали мутахассислар тайёрлаш сифатини тубдан яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ЎзР Президентининг қарори. 2011 йил 20 май. № 1533.
19. “Олий ва ўрта махсус, касб-хунар таълими муассасаларининг илмий-методик ҳамкорлигини мувофиқлаштириш тўғрисида”ги Олий ва ўрта махсус таълим вазирликнинг 172-сонли буйруғи, 24.04.12.
20. “Малакали педагог кадрлар тайёрлаш ҳамда ўрта махсус, касб-хунар таълими муассасаларини шундай кадрлар билан таъминлаш тизимини янада такомиллаштиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. 2012 йил 28.05

#### **Асосий адабиётлар.**

21. Ходиев Баходир Юнусович, Голиш Людмила Владимировна. Мустақил ўқув фаолиятини ташкил этиш усул ва воситалари (биринчи босқич талабаларига ёрдам тариқасида): Ўқув-услубий қўлланма – Т.: ТДИУ, 2010.
22. Саидов М.Х. Таълим кредити: механизми, хусусияти ва амалиёти. Таълим муаммолари. №2. 2006 йил.
23. Л.В.Перегулов, М.Х. Саидов Олий таълим менежменти ва иқтисодиёти. Т. «Молия» 2007 йил
24. Р.Мавлонова. “Педагогика”. Т., “Ўқитувчи”.2010.
25. Х.Ибрагимов. Педагогика назарияси. Т., “Фан”.2011.
26. Ж.Хасанбоев. Педагогика. Т., ТДПУ.2011.
27. Кузнецов В.И. Управления персоналом. М: Московский Государственной Университет Экономики, статистика и информатика. 2005



28. Ишмухамедов Р., Абдукодиров А., Пардаев А. Таълимда инновацион технологиялар. Т. «Истеъдод»-2008.
29. М. Хакимова. Касбий педагогика. Т., ТДИУ. 2012.
30. Н. Файзуллаева. Ижтимоий педагогика. Т., ТДИУ. 2012
31. Маҳмудов И. Бошқарув психологияси. Ўқув қўлланма. Тошкент. 2006.
32. Г. Султонова. Педагогик маҳорат. Т., ТДПУ. 2005.
33. Н. Файзуллаева. Ижтимоий педагогика. Т., ТДИУ. 2012
34. Каримова В., Хайитов О, Джалолова С. Бошқарув психологияси. Ўқув қўлланма. Т. 2008.
35. В. Каримова. Ижтимоий психология. Т., «Фан ва технология» 2012.
36. Г. М. Мусаханова «Умумий педагогика. Маърузалар матни. Т., ТДИУ. 2012.
37. И. П. Подласый. Педагогика. М., «Владос». 2007.
38. Н. Азизхужаева. Педагогик технология ва педагогик маҳорат. Т., ТДПУ. 2003.
39. В. А. Слостенин, И. Ф. Исаев, А. И. Мищенко, Е. Н. Шиянов. «Педагогика» Москва. «Школьная пресса». 2004.
40. Петровский В. А. и др. Личностно-развивающее взаимодействие. - Ростов на Дону, 2002.
41. В. Бордовская. Педагогика: Учебное пособие. СПб.: Питер. 2008.
42. К. Хошимов ва бошқалар. Педагогика тарихи. Тошкент. «Ўқитувчи». 2003 йил.

#### **Кўшимча адабиётлар**

43. И. Иномов. Иқтисодий тарбия назарияси. Т., ТДИУ. 2009.
44. А. Холиқов. Педагогик маҳорат. Т., ТДПУ., «Иқтисод Молия». 2012.
45. Н. Авлиёкулов. Педагогик технология. Т. 2012.
46. Тожибоева Д. Махсус фанларни ўқитиш методикаси. Тошкент, «Фан ва технология», 2007.
47. Н. Файзуллаева. Таълим менежменти ва иқтисодиёти. Маърузалар матни. Т. ТДИУ. 2012.
48. Қ. Муфтайдинов. Шарқ иқтисодий таълимотлар тарихи. Т., «А. Қодирий номидаги халқ мероси нашриёти» .2002.

#### **Даврий нашрлар. Статистик тўплам ва ҳисоботлар**

49. Иқтисодиёт ва таълим. Журнал. 1- сон. 2011.
50. Таълим ва тарбия. Журнал. 2009 й. 3-4 сон.
51. Педагогик ва ахборот технологиялари: ютуқлар ва истикболлар. Т., ЎзПФТИ. 2005.

#### **Интернет сайтлари**

52. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)
53. [www.thelearningweb.net](http://www.thelearningweb.net). Та'лим тармоғ'и.
54. [www.ZiyoNet.uz](http://www.ZiyoNet.uz)
55. [www.Ref.uz](http://www.Ref.uz)