

**Сетевая структура потребительского поведения в контексте потребностей  
индивидов**

**Незговорова Мария Игоревна**

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: Nezgovorova@gmail.com

Существуют множество подходов к систематизации структуры потребностей человека, а впоследствии потребителя. Глобально потребности делятся на первичные и вторичные. К первой группе принадлежат врожденные или физические потребности, ко второму – психические или приобретенные. Данный подход рассматривался, как экономистами так и социологами. Например, П.Сорокин [3, с.88-181] выделал шесть основных биологических потребностей и четыре потребности социально-психологического порядка. Сорокин так же называет их инстинктами. Так к первичным потребностям можно отнести инстинкт питания, размножения и самосохранения (группового и индивидуального), а к вторичным: потребности в свободе, самовыражении и идентификации.

Традиционно принято ссылаться на иерархию потребностей А.Маслоу [2, с. 364], выдвинувшем в начале 40-х годов 20 века гипотезу о том, что человеком движет степень неудовлетворения той или иной потребности. Потребности в иерархии Маслоу связаны филогенетически и онтогенетически. По мере взросления потребности меняются и, как только индивид удовлетворяет одну потребность, на ее место приходит другая, более сложная.

Иерархия потребностей Маслоу трансформировалась и дополнялась, как самим автором, так и его последователями и современниками. Далее автор проводит сравнительную характеристику моделей Сорокина, Маслоу, Альдерфера и Макклелланда.

\*\*\*

Приняв на базу потребности индивидов, их так же можно дифференцировать по взаимодействию с социальными сетями. Например, примем за основу 5 основным характеристик социальных сетей: дистанция, сила связи, укорененность и полярность, т.е. насколько удалена сеть от индивида, насколько прочна связь, насколько сеть ветвиста / постоянна, и к чему приводит взаимодействие в сети – к конструктивным или деструктивным последствиям.

Выделим так же основные предпосылки для сетевого анализа проблематики потребностей:

- *Одинаковые потребности могут, как объединяют людей, так вести к тотальному отторжению от общества и социальных сетей.* Отторжение скорее присуще первичным потребностям, так как в погоне за удовлетворением потребности в пище или безопасности, например, индивиды чаще склонны придерживаться принципа «каждый за себя» и поддаваться инстинкту самосохранения, при этом, имея общего врага в чьем-либо лице, они могут сплотиться. . . ;

- Примем так же за аксиому, что *структура потребностей филогенетична* и на протяжении жизненного пути индивида потребности заменяют друг друга, уступая место

наиболее актуальной из них. Так, например, в юном возрасте подросткам чаще необходимо удовлетворять потребность в причастности, при этом социальные сети имеют неустойчивую структуру. . .

· *Не существует четкой последовательности реализации потребностей*, так как зачастую они возникают из внешних раздражителей и психологически не осознаются индивидом. . .

Рассмотрим основные потребности и их влияние на социальные связи и потребительское поведение:

· *Физиологические потребности*: при возникновении физиологических потребностей, индивиды, как правило, не вступают в устойчивые социальные связи. Данная группа потребностей первична и не является приобретенной в процессе социального взаимодействия (если не рассматривать процессы социализации). . . ;

· *Вторичные потребности*. Именно эта группа потребностей играет наибольшую роль при формировании социальных связей и социальном взаимодействии. . .

Для того, чтобы построить модель взаимодействия индивидов, необходимо более детально рассмотреть варианты типовых сегментов индивидов, образующихся при доминировании той или иной вторичной потребности. Итак, выделим основным вторичные потребности, базируясь на описанных выше теориях: 1) потребность в причастности, 2) потребность во власти, 3) потребность в самовыражении (наделим так же эту группу признаками потребностей в самоидентификации и успеха). Любая из этих потребностей может быть доминирующей или невыраженной, то есть существует, как минимум два сегмента личности, которые по-разному проявляются как потребители и с разной степенью взаимодействуют в социальных сетях.

Далее автор выделяет 4 основных сегмента потребителей в контексте превалирования тех или иных потребностей и описывает их:

· **Первый сегмент**. Потребность в причастности доминирует. С уверенностью можно назвать данный сегмент *экстравертивным*. . .

· **Второй сегмент**. Потребность в причастности не выражена. Данный сегмент *интровертивный*. . .

· **Третий сегмент**. Потребность во власти доминирует. В дальнейшем можно так же отметить разделение индивидов на деструктивную группу (те, кто стремятся к власти во имя собственной выгоды) и конструктивную (те, кто стремятся к власти во имя общего блага). . .

· **Четвертый сегмент**. Потребность в самовыражении доминирует. Данный сегмент можно назвать статусным. . .

\*\*\*

Таким образом, можно заключить, что структура потребностей индивидов формирует структуру их социальных сетей, а впоследствии вплетается в структуру их потребительского поведения. В зависимости от превалирования различных потребностей социальные сети формируются с разной степенью укорененности, что сказывается на их роли в системе потребительского поведения. Фактически, потребности определяют структуру социальных сетей, а те в свою очередь потребительское поведение.

## Литература

*Конференция «Ломоносов 2011»*

1. Виханский О.С., Наумов А.И., Менеджмент: человек, стратегия, организация. – М.: 1995
2. Кравченко А.И., История менеджмента – 4-е изд. – М.:Академический Проект: Трикста, 2004
3. Сорокин П. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет / Институт социологии – М.: Наука