

УДК 008:614

**Цитування:**

Філіна Т. В. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 1. С. 228-232.

Filina T. (2021). Formation and provision of cultural needs of modern human. *Kultura i suchasnist : almanakh*, 1, 228-232 [in Ukrainian].

**Філіна Тетяна Вікторівна,**

кандидат історичних наук, доцент,  
доцент кафедри арт-менеджменту  
та івент-технологій

Національної академії культури та мистецтв  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0685-8177>  
[tfilina01@gmail.com](mailto:tfilina01@gmail.com)

## ФОРМУВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

**Мета дослідження** – аналіз сучасного стану формування та забезпечення культурних потреб людини.

**Методологія** дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході і полягає у сукупності методів: аналізу і синтезу, узагальнення, описового. **Наукова новизна** отриманих результатів полягає в тому, що комплексно розглянуто культурні потреби людини, визначено місце сім'ї, засобів масової інформації та соціокультурних інститутів у процесі забезпечення культурних потреб, виділено основні проблеми, які впливають на формування культурних потреб сучасних українців. **Висновки.** Сучасна людина існує у принципово новому суспільстві, що вимагає усвідомленого відношення до задоволення своїх потреб. Культурні потреби та способи їх задоволення, культурні продукти, які споживає людина, визначають її як особистість. Культурні потреби XXI століття мають формувати в людині прагнення до самовдосконалення та перетворення навколишнього світу. Важливе місце у системі задоволення культурних потреб відіграють сім'я, ЗМІ та соціокультурні інститути. Держава має підтримувати процес виробництва, реалізації і споживання культурних продуктів, тим самим надаючи своїм громадянам вільний доступ до них і, таким чином, всебічно задовольняючи їх культурні потреби. Це можливо, якщо культурні продукти будуть розглядатися як високодуховні інтелектуальні надбання культури і, водночас, як продукти споживання, що підпорядковуються законам ринку та ринкової конкуренції.

**Ключові слова:** потреби, культурні потреби, сім'я, засоби масової інформації, соціокультурні інститути, культурні продукти, державна культурна політика.

*Filina Tetyana, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of Department of Art-Management and Event Technologies, National Academy of Culture and Arts Management*

**Formation and provision of cultural needs of modern human**

**The purpose of the article** is an analysis of the current condition of formation and provision of cultural needs of modern humans. **The methodology** of the study is based on an interdisciplinary approach comprising analysis and synthesis, generalization, description. **The scientific novelty** of the results lies in the complex review of human cultural needs; the role of family, social and cultural institutes, and mass media is defined; the main problems influencing the cultural needs of modern Ukrainians are described. **Conclusions.** Modern people live in a fundamentally new society that requires deliberate satisfaction of needs. Cultural needs and the ways of their satisfaction, cultural products that a person consumes define its personality. The cultural needs of the 21st century should create striving for self-perfection and transformation of the world. The key role in the process is played by family, media, and social institutes. The governments should support the production and consumption of cultural products, providing wide access for their citizens and comprehensive satisfaction of their needs. Considering cultural products as intellectual achievements and at the same time, consumer products related to the market rules make it possible.

**Key words:** needs, cultural needs, mass media, social and cultural institutes, cultural products, cultural public policy.

Актуальність теми дослідження. Культура являє собою механізм адаптації людини в суспільстві, вона пропонує систему цінностей, обмежень і норм. Людина як суб'єкт культури пристосовується до соціуму за допомогою самопізнання та

самовираження, задовольняючи свої потреби. Накопичені уміння, навички та соціальний досвід дозволяють людині ставати повноцінним членом суспільства. Потреби змінюються протягом життя людини і залежать від її віку та соціального досвіду.

Разом з тим, культура є важливою складовою суспільного розвитку, вона впливає на науку, освіту та матеріальне виробництво. Першочерговим завданням культурної політики держави є формування якісного культурного середовища, доступних культурних продуктів та рівних умов для творчої самореалізації людини. Задоволення культурних потреб громадян є одним з головних завдань державної культурної політики. Цим і обумовлений вибір теми дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика дослідження культурних потреб носить міждисциплінарний характер і знаходиться на перетині філософії, психології, соціології, педагогіки та культурології. Досліджуючи потреби, представники зазначених наукових дисциплін класифікували потреби, розкрили сутність їх виникнення, сформулювали поняття, виділили види потреб. А. Маслоу [5] класифікував потреби людини. Розглядом поняття «потреба» займалася С. Рашидова [8]. С. Каверін [2] простежив послідовний процес формування біологічних, соціальних та духовних потреб на підставі їх походження. Т. Стрункіна [9] досліджувала потреби молоді. Культурні потреби як цілісну систему розглядали Ю. Зіятдінова [1] та І. Петров [6]. С. Петрова [7] аналізувала культурні потреби особистості. Динаміку культурних потреб населення України досліджувала Н. Костенко [4].

Мета дослідження – аналіз сучасного стану формування та забезпечення культурних потреб людини.

Виклад основного матеріалу. У сучасній Україні в умовах соціальної трансформації та формування громадянського суспільства спостерігаються нові тенденції в процесі формування культурних потреб. Гостро постає питання відповідальності держави за вільний доступ та широке залучення громадян до культурних благ – цінностей світової та національної культури. Формування культурних потреб населення впливає на духовний і моральний клімат суспільства, розвиток демократичних процесів та функціонування громадянського суспільства. Держава зобов'язана підтримувати і розвивати культуру, опікуватися питанням формування культурних потреб населення. Якісне задоволення культурних потреб впливає на формування культурного капіталу суспільства, адекватного тим завданням, які стоять перед ним в умовах суспільної трансформації.

Найбільш відомою є ієрархія людських потреб запропонована американським соціологом А. Маслоу. У своїй роботі «Мотивація і особистість» (1954) він припустив, що всі потреби людини вроджені, і що вони організовані в ієрархічну систему пріоритету або домінування, що складається з п'яти рівнів: фізіологічні потреби (їжа, вода, сон, розмноження, захист від небезпеки); екзистенціальні потреби (потреби в безпеці: стабільність, порядок, залежність, захист, свобода від страху, тривоги і хаосу); соціальні потреби (потреби в любові і приналежності: сім'я, дружба, своє коло, референтна група); потреби престижу (потреби в повазі і визнанні); духовні потреби (потреби в самоактуалізації: розвиток і реалізація того, до чого у людини є схильності і здібності, самовираження через творчість та гру) [5, 45–60]. Згодом Маслоу додав ще дві вищі потреби: пізнавальну та естетичну, які є культурними потребами. Пізнавальні потреби виражаються в бажанні знати, вміти та досліджувати. До естетичних потреб можна віднести прагнення до краси, гармонії та порядку.

Необхідно зазначити, що в сучасній науковій літературі доволі часто зустрічається поняття «соціокультурні потреби». Соціальні і культурні потреби пов'язані з культурним та соціальним середовищем і тісно переплітаються між собою. Їх формування та способи реалізації залежать від рівня освіти, соціального статусу та загального рівня розвитку особистості. Соціокультурні потреби різноманітні, супроводжують людину протягом усього свідомого життя і є джерелом розвитку особистості. Вони проявляються в таких сферах життя людини як освіта, духовність та дозвілля.

Утім, поняття «соціальні потреби» та «культурні потреби» необхідно розрізняти. Т. Стрункіна зазначає, що соціальні потреби можуть розглядатися як вроджені, а культурні формуються і розвиваються в результаті впливу культури на людину [9, 217]. Соціальні потреби – це потреби у спілкуванні та самовдосконаленні, в альтруїзмі та дружбі, в свободі та схваленні оточуючих, у прагненні до влади та самореалізації. Культурні потреби – це потреби в освіті, освоєнні художніх цінностей, духовному розвитку, творчій діяльності.

При аналізі культурних потреб І. Петров виділяє ознаки, які дозволяють розглядати їх як систему. Культурні потреби – це явище з

великим числом елементів, зв'язків і відносин. По-перше, культурні потреби – це стійка цілісність, що взаємопов'язана із суспільством, його духовним життям, матеріальним виробництвом. Їх своєрідність, а також своєрідність зв'язків, що складаються між елементами всередині самих культурних потреб, обумовлює специфічний характер розвитку, що носить самостійний характер. По-друге, як динамічна система, культурні потреби мають цільовий характер, що відповідає їх внутрішній потребі в самозбереженні, стійкості і розвитку. По-третє, вони мають певну структурну організацію. А це означає, що їх можна розглядати як систему, що визначає собою сукупність взаємопов'язаних підсистем, кожна з яких складається з ряду елементів. Відомо, що зв'язки підсистем та їх елементів можуть бути різного типу: генетичні, функціональні, інформаційні, семіотичні та ін. При аналізі кожного з типів зв'язків структура культурних потреб може розглядатися у відповідному аспекті – історико-генетичному, інформаційному тощо. По-четверте, функціонування і розвиток культурних потреб пов'язані з певними способами їх регулювання і саморегулювання, це означає, що вони мають володіти відповідною формою управління їх розвитку, наявність якої також характеризує їх як цілісну систему [6, 69–70].

Задоволення культурних потреб залежить від матеріальних і духовних можливостей людини, моральних норм суспільства.

С. Петрова виділяє такі риси культурних потреб:

- культурні потреби досить важко ідентифікувати, так як вони належать переважно до духовних потреб;
- культурні потреби є індивідуальними, так як у різних людей виражаються по-різному;
- культурні потреби «не є обов'язковими» і можуть бути необмеженими;
- культурні потреби не можуть бути задоволені повністю;
- на відміну від задоволеності фізіологічних потреб, ступінь задоволення культурних потреб важко оцінити і виміряти, його не можна виразити за допомогою загальноприйнятих норм – він завжди суб'єктивний;
- значимість культурних потреб двояка – культурна діяльність породжує нові

культурні потреби, які призводять до появи нової культурної діяльності;

– культурні потреби можна розглядати у вигляді «зрізу» всієї системи потреб особистості – рівень їх розвитку свідчить про рівень розвитку людини і суспільства, в якому вона існує;

– структура змісту культурних потреб включає: потреби в речах, знаннях, цінностях, в інших людях і в додатковому (ілюзорному) досвіді. Потреба в ілюзорному досвіді – це потреба в культурі (в різних її художньо-творчих проявах і модифікаціях) [7, 79–80].

Культурні потреби невід'ємно пов'язані з культурою пізнання, культурою самовираження та культурою спілкування. Процес задоволення культурних потреб характеризується усвідомленим ставленням людини до навколишнього світу, матеріальних і духовних цінностей, практично-творчої діяльності та форм задоволення потреб в цілому. Способи та засоби споживання культурних продуктів характеризують соціально-психологічні особливості і демонструють ті культурні потреби, які є пріоритетними для конкретної людини.

Головним суб'єктом формування культурних потреб є сім'я, в якій людина виховується і проходить основні етапи соціалізації. Саме в сім'ї закладається фундамент запитів, формулюються потреби і способи їх споживання. Разом з тим, сучасний світ відзначається підвищеною соціальною мобільністю, тому протягом життя людина потрапляє у різні соціальні групи, в яких адаптується і які впливають на її культурні потреби.

Значну роль у формуванні культурних потреб у сучасному глобальному світі відіграють засоби масової інформації: теле- та радіомовлення, інтернет, соціальні мережі. Існує складний зв'язок між соціокультурною реальністю і її репрезентацією в медіа. Можна зазначити, що медіа, які є невід'ємною частиною повсякденного життя сучасних людей, мають позитивний і негативний вплив на формування культурних потреб. Зокрема, вони сприяють розвитку культурного розмаїття, активізують міжкультурну комунікацію, роблять культурні продукти доступними для різних верств населення. Разом з тим, комерціалізація ЗМІ впливає на уніфікацію культурних продуктів. Наслідком цього, є втрата здатності обирати самостійно, та відсутність можливості споживати культурні продукти, орієнтуючись не на власні

потреби, а на продукти запропоновані ЗМІ, які не завжди пропагують справжні культурні цінності суспільства. Масова культура впливає на смаки та орієнтує сучасну людину в процесі формування культурних потреб. Така ситуація є загрозливою, оскільки існує небезпека нав'язування культурних продуктів низької якості.

Важлива роль у формуванні культурних потреб належить соціокультурним інститутам, які виконують функції створення, збереження, популяризації та трансляції культурних продуктів. Вони покликані сприяти формуванню культури суспільства в цілому та культурних потреб людини зокрема. В сучасній Україні соціокультурні інститути дуже часто не мають налагодженого зворотного зв'язку зі споживачами культурних продуктів, намагаючись нав'язати їм універсальні, класичні, перевірені часом культурні цінності, не зважаючи на попит. Для всебічного задоволення культурних потреб громадян найкращим інструментом є наповнений ринок культурних продуктів.

У сучасній Україні існує низка проблем, які впливають на формування культурних потреб українців. До таких проблем можна віднести:

- недостатнє фінансування сфери культури;
- невиконання програм розвитку культури на місцевому рівні;
- брак закладів культури та їх територіальна віддаленість від споживачів;
- низький рівень інформаційної доступності закладів культури;
- фінансова неспроможність громадян.

Окрім цього, можна виділити ряд проблем культурного простору України пов'язаних зі споживанням культурних продуктів, а саме:

- надання переваги культурним продуктам, які ретранслюються ЗМІ;
- вибір на користь закордонних, західних культурних продуктів, свідомо відмова від національних виробників культурних продуктів;
- нерівність в умовах споживання культурних продуктів;
- брак вільного часу.

В умовах соціокультурної нерівності та економічного тиску вирішення зазначених проблем можливе лише за умови збалансованої політики держави у сфері культури.

Висновки. Сучасна людина існує в

принципово новому суспільстві, що вимагає усвідомленого відношення до задоволення своїх потреб. Культурні потреби та способи їх задоволення, культурні продукти, які споживає людина визначають її як особистість. Культурні потреби ХХІ століття повинні формувати в людині прагнення до самовдосконалення та перетворення навколишнього світу. Важливе місце у системі задоволення культурних потреб відіграють сім'я, ЗМІ та соціокультурні інститути. Держава має підтримувати процес виробництва, реалізації і споживання культурних продуктів, тим самим надаючи своїм громадянам вільний доступ до них і, таким чином, всебічно задовольняючи їх культурні потреби. Це можливо, якщо культурні продукти будуть розглядатися як високодуховні інтелектуальні надбання культури і, водночас, як продукти споживання, що підпорядковуються законам ринку та ринкової конкуренції.

#### Література

1. Зиятдинова Ю. Е. Ноосфера культурных потребностей: социокультурный феномен : автореф. дис. ... д-ра соц. наук спец. 22.00.06 «Социология культуры». Майкоп, 2010. 53 с.
2. Каверин С. Б. Психологическая классификация потребностей // Вопросы психологии, 1987. № 5. С. 121–129.
3. Кветной М. С. Человеческая деятельность: сущность, структура, типы (социологический аспект). Саратов : Изд-во Саратовского университета, 1974. 224 с.
4. Костенко Н. В. Динаміка культурних потреб населення України: очікування і ризику // Наука та інновації, 2010. Т. 6, № 6. С. 60–66.
5. Маслоу А. Мотивация и личность. С-Пб. : Питер, 2019. 400 с.
6. Петров И. Ф. Культурные потребности как целостная система // Наука и мир. № 7 (35). Том 2. Волгоград: Научное обозрение, 2016. С. 69–70.
7. Петрова С. И. Культурные потребности личности и культурная деятельность // Евразийское Научное Объединение, 2019. № 10 (56). С. 79–80. URL : <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/2019/11/esa-october-2019-part1.pdf> (звернення: січень, 2021).
8. Рашидова С. С. Визначення феномену і поняття «потреба» // Духовність особистості: методологія, теорія і практика: збірник наукових праць / Гол. ред. Г. П. Шевченко. Вип. 5 (68). Северодонецьк : Вид-во СХУ ім. Володимира Даля, 2015. С. 106–121.
9. Стрункіна Т. С. К проблеме социокультурных потребностей молодежи: философско-исторический анализ //

Педагогическое образование в России. № 6. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2015. С. 214–219.

### *References*

1. Ziyatdinova, Yu. E. (2010). Noosphere of cultural needs: socio-cultural phenomenon: autoref. dis. Dr. Social Sciences Special. 22.00.06 "Sociology of culture". Maykop. [in Russian].
2. Kaverin, S. B. (1987). Psychological classification of needs. Psychology issues, 5. 121–129. [in Russian].
3. Kvetnoy, M. S. (1974). Human activity: essence, structure, types (sociological aspect). Saratov: Publishing House of Saratov University. [in Russian].
4. Kostenko, N.V. (2010). Dynamics of cultural needs of the population of Ukraine: expectations and risks. Science and innovation. 6. 60–66 [in Ukrainian].
5. Maslow, A. (2019). Motivation and personality. St. Petersburg.: Peter. [in Russian].
6. Petrov, I. F. (2016). Cultural needs as a holistic system. Science and the world, 7. Volume 2. Volgograd : Scientific Review. 69–70 [in Russian].
7. Petrova, S. I. (2019). Cultural needs of the individual and cultural activity. Eurasian Scientific Association, 10. 79–80. Retrieved from: <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/2019/11/esa-october-2019-part1.pdf> [in Russian].
8. Rashidova, S. S. (2015). The definition of the phenomenon and the concept of "need". Spirituality of the person: methodology, theory and practice: a collection of scientific works. Goal. ed. G.P. Shevchenko. Issue, 5. Severodonetsk: View of SNU. 106–121 [in Ukrainian].
9. Strunkina, T. S. (2015). To the problem of socio-cultural needs of youth: a philosophical and historical analysis. Pedagogical education in Russia, 6. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 214–219 [in Russian].

*Стаття надійшла до редакції 15.02.2021*

*Отримано після доопрацювання 15.03.2021*

*Прийнято до друку 19.03.2021*