

**Н. Г. ПАСТУХОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. А. Минчукова,**

канд. экон. наук, доц.

**ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ И ВОСПИТАНИЯ  
КУЛЬТУРНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ У НАСЕЛЕНИЯ  
В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ УСЛУГ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ**

По мере экономического развития общества и формирования рыночной экономики удовлетворение культурных и духовных потребностей населения начинает приобретать первостепенное значение. Способность испытывать и удовлетворять культурные

потребности ведет к более гибкому реагированию на сложные и меняющиеся условия окружающего мира. Человек, наделенный способностью испытывать такие потребности, лучше воспринимает окружающий мир во всем его многообразии, легче и быстрее понимает, что поведение, совпадающее с нормами морали, делает его более успешным.

Культурные и духовные потребности не задаются биологически, а формируются только в процессе развития общества. Человек становится духовным с появлением у него потребностей в получении новых знаний, в общении с искусством, в творчестве, в самоанализе, самосовершенствовании и многом другом.

По мнению ряда авторов, низкий уровень культуры и духовности в обществе является значительным препятствием к экономическому росту. Поэтому в условиях, когда социум находится в переходном состоянии, именно культурно-духовные факторы – система духовных и культурных ценностей, традиций, нравственных принципов и норм – приобретают особую важность [1, с. 415].

Основными проблемами в области формирования культурных потребностей можно определить:

- однородность культурных потребностей населения, ориентация на массовую культуру;
- возрастающую дифференциацию услуг по предоставлению культурных продуктов; кризис институтов культуры, возникший ввиду нежелания преобразовывать деятельность и традиционные виды услуг учреждений культуры к современным культурным потребностям населения;
- дезориентацию социальных функций культуры, смещение приоритетов и ценностных ориентиров [2, с. 14].

На сегодняшний день проблема формирования и воспитания культурных потребностей является ключевым моментом при достижении цели сервизации сферы культуры – повышение социально-культурного развития населения страны за счет развития новых форм культурного обслуживания и услуг культуры. Если отсутствие культурных ценностей и потребностей не вызывает необходимости их удовлетворения, трудно вести речь о развитии услуг сферы культуры и самого процесса сервизации.

Наличие сформированных и устоявшихся культурных потребностей населения предполагает их удовлетворение, чем и занимаются специализированные учреждения культуры. Услуги сферы культуры могут оказываться в зависимости от их уровня коммерциализации: бесплатно, платно, а также дифференцированно за плату, либо без нее. Следует понимать, что отдельные виды услуг в сфере культуры обладают коммерческим потенциалом, эффективно реализуются в условиях рынка.

Однако многие виды услуг сферы культуры лишены коммерческих возможностей, хотя носят социально значимый и общественно полезный характер. Поэтому при оказании услуг учреждениями культуры необходимо учитывать баланс социальных приоритетов с экономическими интересами во избежание коммерциализации, идущей вразрез с общественной миссией культуры.

Основными критериями коммерциализации услуг сферы культуры выступают степень их важности для духовного развития человеческого потенциала страны; широта удовлетворения культурных потребностей; возможности государственного финансирования. Во-первых, культуру как сферу услуг обычно связывают с особенностями «духовного производства». Важнейшая роль услуг сферы культуры проявляется в том, что она, в первую очередь, создает возможности для более полного удовлетворения и развития духовных и культурных потребностей людей и общества. Во-вторых, роль услуг заключается в том, что они выступают элементом формирования современного качества жизни населения, проживающего на территории того или иного региона. В-третьих, услуги сферы культуры играют одну из важнейших ролей в развитии

человеческого капитала. В-четвертых, обеспечивается экономический рост и развитие нематериальных сфер экономики.

Воспитание культурных потребностей повышает степень социализации личности, способствуя профилактике и сокращению девиантного и асоциального поведения. Велика роль культуры в образовании и воспитании подрастающего поколения, влиянии на интеллектуальное и эмоциональное развитие детей. В этой связи, поддержание и укрепление культурных ценностей и традиций, воспитание у детей, молодежи и взрослого населения культурных потребностей является, с одной стороны, показателем уровня культурного развития человеческого потенциала страны, а с другой – условием сервизации сферы культуры.

Таким образом, проблема формирования и воспитания культурных потребностей становится первостепенной. Возможным ее решением представляется проведение социокультурного мониторинга потребностей населения для того, чтобы наиболее корректно и адекватно возможностями государственной культурной политики создать единую базу социокультурных ценностей современного общества.

#### Список используемой литературы

1 Чмышенко, Е.Г. Особенности рынка изобразительного искусства и их влияние на формирование модели маркетинга / Е.Г. Чмышенко // ВЕСТНИК ОГУ. – 2012. – № 13(149). – С. 413-417.

2 Копцева, Н.П. Проблема социокультурных исследований в современной гуманитарной науке / Н.П. Копцева [и др.] // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – №3. – С. 12-19.