

Е.В. Ширибон
Улан-Удэ

Особенности культуры информационного пространства города (на примере Улан-Удэ)

This article reflects the basics and conditions of culture forming of infomative space of the city. (Ulan-Ude is an example of such a city). The author of the article deals with the way architecture, mass media, advertisement, city planning, transport system, holidays influence the culture of the infomative space of the city. The article is for those people who are interested in culture development questions of the modern city.

С самого момента своего возникновения город выполняет важнейшие функции в организации и развитии общества, вбирая в себя знания об общественных процессах через свои институты и граждан, является местом хранения, накопления, передачи всей информации. Город – новый организм, кумулирует, интегрирует новые отношения и связи, обеспечивает среду и условия поддержания, функционирования и их воспроизводства [14.-С.46]. Со временем в городе начинает формироваться своя культура: человек создает вторую искусственную природу. Это качество города проявляется в искусственном характере городских сооружений, их глубоком символическом значении. Одновременно город включает в свою территорию как природные объекты (возвышенности, реки, растительность), так и искусственные (здания, скульптуры, монументы, планировочные элементы – улицы, площади и пр.) [16.-С.37]. В рамках большого города мы сталкиваемся с значительным разнообразием культурных проявлений и факторов, которые необходимо сравнивать, обобщать и описывать.

Именно культура способом передачи накопленного опыта поколениям и каждому индивиду сохраняет, воспроизводит и развивает общество. Культура – знаковая система, отражающая достижения отдельных лиц и всего человечества во всех областях и по всем аспектам, способна передавать эти достижения последующим поколениям и другим культурам. Вещи, действия людей, психологические процессы сами по себе культуры не составляют [7.-С.150]. Но будучи означены, они втягиваются в культуру, организуются в системы.

Сущность культуры как целостной системы заключается в духовном производстве, в ходе которого создаются, сохраняются, распространяются, осваиваются нормы, ценности, смыслы и знания. По мнению А.Л. Ястребицкой новый подход к изучению культуры предполагает понимание культуры как системы ментальных (проявляющихся не осознанно) и социально –

психологических установок человеческого поведения, присущих каждому обществу, специфических для данного общества и данной эпохи и являющихся достоянием каждого человека, к данному обществу (культуре) принадлежащего [21]. В городе в процессе культурной деятельности человека участвуют, перемещаются, трансформируются, погибают и возрождаются образцы поведения – обычаи, нормы; объекты или состояния – ценности; элементы культуры – знания и значения. Б.С. Ерасов называет их «содержательными элементами духовной жизни общества» [7.-С.98]. Они формируют ментальные и социально – психологические установки человеческого поведения и влияют на информационное пространство города. В городе возникает особое физическое и социальное пространство, пространство отношений, связей и закономерностей, систем, пространство расселения, особая культура пространства. Эта культура пространства имеет свое содержание, структуру, функции, воздействует на остальные сферы бытия; в ней формируется каждая личность, само городское сообщество.

Информационное пространство – вид пространства, выделенный на основе признания информационного фактора, где смыслообразующим явлением оказывается информация. В значении слова «информация» мы вкладываем следующие смысловые варианты:

- Сведения, сообщения о чем –либо, которыми обмениваются люди;
- Количественная мера устранения неопределенности (энтропии), мера организации системы;
- Отражение разнообразия в любых объектах и процессах неживой и живой природы [20.-С.37].

Информационные данные становятся важным инструментом управления обществом [7.-С.148], идет постоянный процесс расширения границ информации и активного ее влияния на жизнедеятельность поколений с помощью многообразных способов и форм.

Город представляет собой определенный информационный пространственный код. Во-первых, город, нарушая естественное географическое природное пространство, деструктурирует его. Во-вторых, он создает свое собственное пространство и сам его структурирует при помощи различных сооружений. Мы можем прочесть информационный код города по его материальным объектам: зданиям, улицам, площадям [16.-С.160]. Границы информационного пространства могут иметь территориальные, географические границы, они же текучи и не материальны и могут протекать в сознании. Информационное пространство города есть территория города, где осуществляется создание и взаимодействие информационных данных, размещаются информационные ресурсы, источники информации, технологические системы сбора, обработки и распространения информации, а также процессы общения, забвения, культурной трансформации и т.д., результаты которых не поддаются физическим измерениям.

Культура информационного пространства города является одной из граней общечеловеческих культур и формируется под влиянием градостроительной концепции, пространственной организации населения, архитектуры, информационных технологий, средств массовых коммуникаций (СМК) и средств массовой информации (СМИ), функций города и других факторов. В культуре информационного пространства современного города, на наш взгляд, следует выделить основные следующие функции:

- Функция производства новых норм, ценностей, значений и знаний и духовное творчество.

Действие функции производства новых норм, ценностей, значений и знаний и духовное творчество в информационном пространстве вызвано созданием сложных многоуровневых систем, специально предназначенных для выработки общих и конкретных знаний, представлений о мире и самом человеке, а также ориентаций и целей не только повседневного поведения, но и рассчитанных на отдаленные перспективы [7.-С.199]. Развитие современного города находится в прямой зависимости от производства норм, ценностей, значений и знаний.

- Функция накопления, хранения и передачи культуры.

В памяти города происходит постоянное приобретение и накопления новых знаний с частичным забвением прошлого. Культурологический анализ способен показать процесс трансформации, преобразования значений, первичных функций значимых объектов, явлений во вто-

ричные и наоборот. Утерянные человечеством значения и знания, вложенные строителями городов, храмов, пирамид, приобретают новые значения в новом информационном пространстве. Данный процесс в архитектуре назван У. Эко переходом из денотации в коннотацию [19.-С.221-225]. В качестве средства хранения и накопления информации выступает память, запечатленная в языке, духовной культуре, символические и вещественные средства сохранения информации: тексты, книги, изобразительные средства, в том числе памятники, архитектурные сооружения, новейшие средства записи текстов, изображений, знаков. Культурные тексты передаются через различные коммуникативные каналы.

- Коммуникативная функция.

Без коммуникаций невозможны никакие формы отношений и деятельности, это нерв жизни города. Все предшествующие информационные формы коммуникационных революций, начиная от самых примитивных (барабаны, глашатаи, наскальные рисунки) до самых современных (радио, телевидение, Интернет), имеют свою влиятельную нишу в культуре города. Каждый информационный канал выполняет свои функции в городском информационном пространстве. Город дает огромные возможности для коммуникативных каналов. Коммуникативная функция и взаимодействие между индивидами и общностями также является одной из важных функций культуры в информационном пространстве.

- Социализирующая функция культуры.

Реализация норм, ценностей и значений в культуре происходит через их внедрение в структуру поведения и деятельности индивидов, приучение к социальным ролям и нормативному поведению, усвоение мотиваций и освоение принятых значений. Эти механизмы составляют процесс социализации. Социализация поддерживается институтами (семья, школа, трудовые коллективы и т.д.).

- Игровая и рекреативная функция культуры.

Природа культуры в изначальных фазах имеет характер игры, осуществляется в формах игры и проникнута ее настроением [17.-С.209]. Подлинная культура не может существовать без определенного игрового содержания [там же, с. 57]. В каждой культуре формируются рекреативные, игровые сферы, связанные с развлечениями или видами спорта. Реализация функции требует осознания свободной деятельности, обособления от обыденной жизни и протекает в соответствии с определенными правилами, под-

черкивая свою инакость по отношению к обычному миру своеобразной одеждой и обликом, отвлекают человека от житейских проблем, дают компенсацию за нереализованные устремления в социальной деятельности и снижают уровень психологической напряженности. В современном городе данную функцию выполняют спортивные, детские, развлекательные, интеллектуальные, деловые, военные игры, религиозные обряды, занятия художественной культурой (посещение театра, кино, слушание музыки и т.д.), туризм, общение с природой, процесс воспитания детей, организация праздников, фестивалей и т.д. Усиление чувственных склонностей в рекреации может привести к девиациям: потреблению алкогольных напитков, наркомании, зависимости от телевизора, компьютерных игр, игр в казино и т.д.

Особенность Улан-Удэ заключается в историческом прошлом города. Улан-Удэ – «региональная столица», относится к городам, сформировавшимся в начальный период освоения Сибири и Дальнего Востока и сыгравшим особую роль в создании основы будущего городского расселения. Советская власть, провозгласившая гегемонию пролетариата, была прямо заинтересована в расширении числа рабочих центров. В первое послеоктябрьское десятилетие только в европейской части России городов появилось в 9 раз больше, чем в предыдущие 20 лет. На всей территории страны в небывало короткие сроки воздвигались новые предприятия, вокруг них – рабочие поселки и города [9].

Корни градостроительной концепции нынешней столицы Бурятии, вернее, ее принципиальное отсутствие, исключают и отрицают раскрытие и понимание географии, геополитики, культуры, а значит и фактуры места, его значения и социальной роли в жизни республики. Безусловно, свое неблагоприятное значение имела избегающая новаций и сильных потрясений советская административно – командная система [18]. Аэропорты, площади с памятниками, соборы чем-то похожи и потому обезличены, навязаны градостроителями и «немыми» без устного сопровождения, рассказа, легенды. Архитектурный облик имеет скудные, невыразительные очертания, особенно таких районов, как поселок Восточный, Аэропорт, станция Дивизионная и далее. Типовые дома маркируются, обозначая улицы, номера, ориентируют человека в этом типовом пространстве. В советском классическом фильме «Ирония судьбы, или С легким паром» главный герой оказывается в другом городе и становится жертвой шупалец однотипного квартала. Безличная маркировка районов, дома –

близнецы и скучная планировка обезличивают самого человека. Унифицированная одежда и унифицированная прическа, иногда даже без полового различия, походка, поведение лишают человека малейшего намека на уникальность и неповторимость – процесс обезличивания происходит и с самим человеком. «Мы» становится более важным, особым кодом городской мимикрии, отделяя каждое «Я» друг от друга, подгоняет человека под нумерацию [16.-С.161].

Несмотря на официальное обозначение улиц, житель города по-своему обозначает городское пространство. В Улан-Удэ безымянные остановки маршрутных такси называются «Будка» - в честь трансформаторной будки, «На горе» - из-за топографической особенности, «Конец асфальта» - там, где заканчивается асфальтовое покрытие. Происходит это потому, что логистика и система жилья в городе не отвечают предназначенным функциям; возникают стихийные «шанхай», «нахаловки», а муниципалитет «не успевает» обозначать и легализовать растущие «самострои». Даже реклама (где каждая секунда стоит больших денег, а сообщить нужно много), обозначает географическое место открытия магазина популярными среди жителей названиями: «Район старой барахолки» (хотя «старой барахолки» давно не существует). Мелькает бегущая строка: «Продается дом на Пентагоне» (речь о многоквартирном доме, по форме напоминающем оплот американской армии), отправляются СМС – сообщения: «встретимся на Арбате» (неофициальное название пешеходной части улицы Ленина).

В ходе истории значения строений могут подвергаться разным изменениям, его первичные и вторичные функции исчезают и восстанавливаются [19.-С.221]. В Улан-Удэ за последнее десятилетие произошел процесс перевода подвальных помещений - бомбоубежищ в «мирные» объекты: закусочные, кафе, магазины. В данном случае первичная функция утрачивается, устанавливается другая первичная функция. Помещения приобретают другой смысл и несут другие функции. Первичная функция – предназначение для укрытия на случай ядерной войны – денотат заменяется вторичной – продажа товаров или работа в сфере услуг - коннотат. Коннотации – вторичные функции, связанные с местоположением бывшего бомбоубежища, преобразуются в иные, напоминая о некоторых специфических тенденциях планирования советских городов. К данной классификации можно отнести здание тонкосуконной фабрики, переделанное в современный кинотеатр - «Фабрика кино».

Кинотеатр коннотирует функции фабрики - безостановочное производство продукции - большой поток фильмов.

Характерно для наших дней то, что вторичные функции потребляются легче первичных. Наше время восстанавливает коннотации для придания объекту новых значений. Восстановление значений старых вещей подразумевает изобретение новых, а не создание старых значений [19.-С.227]. Вновь восстановленная недавно Триумфальная арка в честь приезда цесаревича в Улан-Удэ является именно «прыжком в прошлое, оказавшимся прыжком в будущее». Архитектурное сооружение, хотя размеры, цвет, местоположение совпадают с разрушенной аналогией, уже ассоциируется не с теми понятиями, идеологией, уже стоит не под тем небом и в другом информационном пространстве. Никакая созданная архитектором форма не сможет воспрепятствовать тому, чтобы события пошли как-то иначе, чем предполагалось.

На формирование информационного пространства города влияет и пространственная организация населения - жителей города. Пространственная организация происходит под влиянием факторов: минимизация расходов энергии, времени и средств на перемещение; стремление посетить наибольшее число социально значимых мест. При этом учитываются маршруты передвижения в тех пределах, которые не разрушают условия работы для отдельных групп населения. Появляются специальные маршруты для рабочих, прокладываются линии трамвая, коммуникации, объекты соцкультбыта. Так появились в Улан-Удэ самый большой по вместимости в городе на 680 мест концертный зал - ДК ЛВРЗ, ДК Мясокомбинат, ДК «Рассвет», «Авиатор» (пос. Восточный) в местах расположения градообразующих объектов.

Группы населения имеют и свои специфические распределения передвижений. Люди, адаптируясь к условиям, изменяют траектории своих передвижений, чтобы сохранить затраты времени и средств на совершение передвижения. Так образуются на первый взгляд незапланированные градостроителями пешеходные дороги через парки, стихийные «пешеходные переходы» через проезжие части. Это влияет на культуру улиц. Как следствие - возникает потребность в социальной информации, сообщающей о численности погибших в результате ДТП на улицах. ГИБДД, в свою очередь, пропагандирует внедрение в школьное образование дисциплины по правилам дорожного движения.

Пространство улицы тоже наделено информационной функцией. Таблички с названиями

улиц и номерами домов, вывески торговых и других предприятий, флаг над административным учреждением - все это разнообразие несет информацию о самом пространстве и его ранжировании. В этом же направлении работают памятники, фиксирующие и прославляющие какие-либо события богов и людей. Уличная культура Улан-Удэ обозначена разными рода «граффити», которым расписывают подростки стены домов и заборы [16.-С.162].

Процессы, происходящие в городе при наращивании скоростей движения пространственного передвижения, усложнения коммуникативно-информационных связей, предполагают возникновение новой культуры информационного пространства.

Информационное пространство города отсылает человека к внутренним свойствам и качествам; материальные объекты не будут выглядеть безликими, искусственными или показными, если обретут органическую связь с теми, кто находится внутри. Связь между материальными объектами и людьми выражается не только в возможностях, предоставляемых архитектурой (проходить, подниматься по лестнице, входить, останавливаться, садиться, выглядывать в окно, опираться и т.д.), но и в соответствующих значениях, располагающих к определенному поведению [19.-С.207]. Различные объекты, из которых складывается информационное пространство города, должны вызывать положительные эмоции людей, живущим в этом городе: улыбка, уверенность, спокойствие, интеллигентность.

Средства массовой коммуникации (СМК) и средства массовой информации (СМИ) вносят весомый вклад в культуру информационного пространства. В век массовых коммуникаций, век расширяющегося диалога культур, где собеседниками становятся не только ныне живущие, но и давно погибшие или даже забытые ранее и открытые вновь культуры, массовая коммуникация увеличивает количество контекстов и каналов общения, увеличивает асимметрию его участников, повышает роль символических информационных каналов и кодов [6]. С помощью информационных средств человек связан с миром, как пуповиной, подключен к жизни, т.е. при помощи информационных средств он становится общественной личностью.

Перед человеком, погруженным в современное общество, культура предстает как система в основном случайная, по мнению Моля, - мозаичная культура. Человек воспринимает из внешнего мира огромный поток разной информации, и в этой информации мелкая деталь может

иметь для него такое же значение, что и сообщения, характеризующие важнейшие пружины, управляющие обществом [12.-С.84].

Причем одну и ту же новость СМИ могут подать по-разному, соответственно своей информационной политике. Информационная политика – это совокупность постоянно ведущихся проблемно – тематических линий, характер разработки которых определяется социальной позицией данного СМИ и воплощается в совокупности принятых норм реализации идейно – творческого направления издания или программы [5.-С.118]. На основе событий, по – разному оцениваемых в индивидуальных культурах, человек создает новые сообщения. Человек строит свою индивидуальную культуру, проецируя стимулы – сообщения, получаемые из внешнего мира, на этой основе он строит восприятия, то есть формы, способные получать выражение в словах или знаках. Процесс творчества осуществляется по замкнутому циклу, развертываемому главным образом через каналы массовой коммуникации. Процесс напоминает круговорот смыслов, значений, ценностей. В этом и проявляется социодинамика культуры. Так получает свое развитие культура информационного пространства.

В исследовании ученых – фольклористов зафиксировано отношение старообрядцев Нижегородской области к телевидению: «Придут-де те времена, когда «сатана на престоле сядет и глас будет впускать вместо благовеста», что в «каждом доме христианском будет змей, а жало (авт. антенну) на крышу выставит» [1.-С.97]. В данное время телевидение создает новую область человеческого общения. Утвердившаяся в течение веков духовная система ценностей в России изменяется в пространстве СМИ [8]. О гипнотическом воздействии аудиовизуальных средств, которые могут как бы навязывать индивиду конкретное, образное восприятие информации, способное создать невиданные возможности для манипулирования сознанием как отдельного человека, так и общества в целом, пишет В.В. Миронов [11].

Многие сериалы представляют собой драмы или комедии, непосредственно связанные с текущими событиями; конструирование реальности замещает саму реальность, фрагментируя ее существование в качестве телевизионного образа. Для культурологов телевидение как одна из форм духовно – практического освоения мира есть средство продолжения человека себя во времени и пространстве, или оно является составной частью подсистемы культуры, т.е. культурного пространства [10.-С.21]. Телевидение,

выполняя рекреативную функцию искусства, свойственной массовой культуре, дает возможность проживать чужие жизни, снимает с индивидуума непомерную тяжесть ответственности за свою собственную, создает грандиозное шоу не как зрелище, которое смотрят, а как пространство, в котором живут. Человек существует и не существует в одно и то же время [2.-С.162]. Несмотря на обилие соблазнов, в городе возникает парадоксальная ситуация. Городской человек может быть одинок в толпе и беззащитен, а его духовный мир, несмотря на большие возможности для духовного роста, может быть беден. Лишившиеся корней и социокультурных связей между собой мириады одиноких индивидов, дезориентированных бесконечными и стремительными изменениями, становились общностью, толпой, массой. Масса в современном информатизирующемся мире не обязательно предполагает сборище множества людей в пространстве, человек может принадлежать к толпе, не выходя из собственной квартиры [3].

Реклама – один из действенных механизмов воздействия на человека, создания из него «одномерного человека», как называл такового Г. Маркузе. Реклама стимулирует возникновение потребностей и регулирует способы их удовлетворения, является выражением деятельности городского человека, принимает самое активное участие в создании самого городского человека и его ментальности [16.-С.163]. Рекламу в культурологии можно рассматривать как совокупность искусственно созданных культурных моделей поведения и знаковых систем. По мере того, как продукты городской культуры становятся доступными для новых социальных классов, то воздействие на сознание, которое они несут с собой, перестает просто быть рекламой, оно становится образом жизни [16.-С.164].

Важную роль в создании приподнятого настроения играют праздники. Они разрешают хотя бы на время несогласия, враждебности, всякого рода нравственные противодействия. Чем более размножаются диссонансы, тем более город, общество нуждается в частных празднествах. Существуют патристические, политические или гуманитарные празднества, способные на время соединять в одно целое души [15, с. 358]. Сама потребность веселиться, которую развивает городская жизнь, является доказательством развитой социальной жизни, выражается в следующих почти одинаковых формах, только с различными, характерными вариациями: страсть к зрелищам (цирк, бой быков, трагедия, опера), роскошь стола, балы, модные куртизанки, и, наконец, утонченное искусство разговора и погоня

за остроумием [Там же.-С.354]. Городская культура «питает» горожанина, определенным образом конструируя информационное пространство, ибо в каждом городе существует соответствующая культура поведения, традиции.

Формируя информационное пространство, необходимо учитывать специфику города. Развитие индустрии моды в Милане изменило само восприятие этого города жителями других стран. После падения Берлинской стены в восточной части города оказалось множество полуразрушенных и заброшенных зданий. Молодое поколение быстро осознало необычную атмосферу этих мест и при малом количестве средств стало использовать эти здания с фантазией и творческой энергией для новых экспериментов в области музыки, моды и искусства. В брошенных подвалах и на задних дворах возникло музыкальное движение «техно». Немецкому обществу удалось привлечь молодежную субкультуру к городской жизни. Граффити на берлинской стене, «жизнь улиц», рок – культура ежегодно привлекают один миллион туристов. В берлинском районе Митте, недалеко от правительственной части города, обустроена так называемая «сцена молодых художников и галеристов», привлекающая национальное и международное внимание. Берлин пробуждает интерес молодежи со всего света и становится местом, предлагающим особые возможности. Город живёт творческой энергией молодого поколения.

В российских городах, в том числе Улан-Удэ, общество ощущает угрозу своим базовым ценностям, укрепляет консервативные тенденции за ограничение чрезмерного «духовного» разлада. Часть молодежи отвечает обществу неконформными типами отношений: диссидентством, миграциями, нежеланием заводить семьи [13.-С.29-31], различными девиациями, преимущественно отрицательными. Временный порядок в городе может быть достигнут принуждением, введением «комендантского часа», созданием отрядов добровольных дружинников, психологическим, политическим манипулированием, устройством публичных судов над правонарушителями, проведением фестивалей социальной рекламы. Данные способы выходят за рамки собственно культуры и ведут к реакции отторжения, к росту недоверия, цинизма со стороны жителей.

Наряду с этими явлениями молодежь становится инициатором движений за мир, демократию, толерантность, проводятся уличные фестивали, конференции, создаются общественные организации.

Движение смыслов (знания, умения, эмоций, стимулы, их производные – убеждения, идеалы,

верования, ценности) [11] в информационном пространстве города распределяет культурные ценности и ориентиры для потребителей культуры, социализируя, обновляя культурные образцы, формируя новое мировоззрение. Информационные технологии позволяют бесконечно интерпретировать смыслы и кодифицировать процедуры до плюса бесконечности. Информационное пространство Улан-Удэ обладает неисчерпаемым информационным потенциалом и способно в изобилии генерировать тексты. Особенность города состоит в том, что в самом сердце Улан-Удэ расположены старые дома, возраст которых определяется столетием. Возможно, историческая основа должна стать главной в архитектурном облике города, а значит, необходимо реставрировать дома с резными кружевными ставнями, наличниками, крышами с целью создания культурной модели «Музея под открытым небом» сибирского города Верхнеудинска (старое название Улан-Удэ). Совсем не обязательно, чтобы Улан-Удэ был «ярким». Городу необходима самобытность и неповторимость. Улан-Удэ – поликультурный симбиоз, выстроенный за столетия культурой буддизма, шаманизма, семейских старообрядцев, мест ссылок декабристов, марксистов – «первопроходцев». Важно, что произошла их ассимиляция, не разрушая внутреннего единства территории Забайкалья, его культурной и духовной целостности.

Современные города конкурируют между собой не только по объемам годовых бюджетов и по количеству памятников культуры. Самыми характерными символами Улан-Удэ принято считать памятник Ленину на Площади Советов, здание радиокомитета, театр Оперы и балета, Одигитриевский собор, буддийские храмы и др.

В условиях конкуренции городов примерно равные по экономическим или демографическим показателям города будут сопоставлять именно по впечатлению, которое они производят, по воспоминаниям, ассоциациям, интонациям, задаваемым образом города. Информационное пространство города обязательно скажется на инвестиционных предпочтениях, а также социальной, культурной, политической сторонах его жизни, становясь не только эстетической, но и экономической категорией. Информационное пространство есть знаменатель отношений каждого горожанина к городу.

Культура информационного пространства современного города стремится к обеспечению устойчивого, добровольного сознательного участия каждого в построении информационного пространства. Культура информационного про-

странства современного города, на наш взгляд, должна строиться на согласованных действиях отдельных личностей и групп, учитывая общие

и частные интересы, развивая современные формы культурной жизни, инновационной экономики культуры.

1. «Взойду ли я на гору высокую, Увижу ли я бездну глубокую...» Старообрядческий фольклор Нижегородской области. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2001. – 97 с.
2. Блюменкранц М. Глобальные проблемы современного культурного процесса / М. Блюменкранц // Вопросы философии. – 2006. – №5. – С. 162.
3. Гаджиев К.С. Масса. Миф. Государство/ К.С. Гаджиев // Вопросы философии. – 2006. – №6. – С.3-21.
4. Город в процессах исторических переходов: теоретические аспекты и социокультурные характеристики / Под ред. В.Л. Каганского [и др.]. – М.: Наука, 2001. – 392 с.
5. Дагбаев Э.Д. Средства массовой информации и власть / Э.Д. Дагбаев; ред. И.Х. Оширова. – Улан-Удэ: Изд-во Бурятского государственного университета, 1999. – 214 с.
6. Докучаев И.И. Культурология как метод построения исторической типологии общения / И.И. Докучаев // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора М.С. Кагана. : материалы междунар. науч. конф. Сер. «Symposium». – СПб., 2001. Вып.12. – С. 199-202.
7. Ерасов Б. С. Социальная культурология / Б. С. Ерасов. – М.: Аспект – Пресс, 1998. – 591 с.
8. Ерофеева И.В. Роль современных СМИ в трансформации российской духовности: дис. ... канд. культурологии / И.В. Ерофеева. – Чита, 2003.
9. Лексин В. «Региональные столицы» в экономике и социальной жизни России / В. Лексин // Вопросы экономики. – 2006. – №7. – С. 84-94.
10. Малошник М.В. Культура современного российского телевизионного пространства: автореф. дис. ... канд. культурологии / М.В. Малошник. – Улан-Удэ, 2004.
11. Миронов В.В. Коммуникационное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии / В.В. Миронов // Вопросы философии. – 2006. – №2 – С. 27 – 44.
12. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль; ред. Б.В.Бирюкова [и др.]; пер. с фран. – М.: Прогресс, 1973. – 406 с.

13. Осинский И.И. Социальное лицо современного города (на примере Улан-Удэ) // Муниципальная социальная политика и общественность: реалии и перспективы: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Улан-Удэ, 2006. – С. 29-32.
14. Сайко Э.В. Переход социальной эволюции и роль города в ее историческом выполнении / Э.В. Сайко // Город в процессах исторических переходов: теоретические аспекты и социокультурные характеристики / В.Л. Каганский [и др.]. М.: Наука, 2001. – С. 10-51.
15. Тард Г. Социальная логика / Г. Тард; пер. – М.: Цейтлин, – СПб.: Социально – психологический центр, 1996. – 500 с.
16. Тыхеева Ю.Ц. Человек в городском пространстве / Ю. Ц. Тыхеева; под ред. В.Л. Кургузова. – М.: Социум, 2002. – 226 с.
17. Хейзинга Й. Человек играющий. Статьи по истории культуры / Й. Хейзинга; пер. Д.В. Сильвестрова. – 2-е изд., испр. – М.: Айрис – пресс, 2003. – 496 с.
18. Фоломеева – Вдовина С.Б. Самоидентичность пространства как культурно-исторический и геополитический феномен (на примере Республики Бурятия) / С.Б. Фоломеева – Вдовина // Муниципальная социальная политика и общественность: реалии и перспективы: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН. – 2006. – С. 162-165.
19. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У.Эко; пер. А.Г. Погоняйло, В.Г. Резник; ред. М.Г. Ермакова. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 с.
20. Яковлев И.П. Основы теории коммуникации / И.П. Яковлев. – СПб.: 2001. – 230 с.
21. Ястребицкая А.Л. Средневековая культура и город в новой исторической науке / А.Л. Ястребицкая. – М.: Интерпракс, 1995. – 416 с.

Д.Б. Бурменская
Чита

Праздник в жизни современного общества

The article examines the problem of a holiday, its essence, place and meaning in the human being's life. The author considers that a holiday, being a complex phenomenon, aroused not only theoretical but practical interest as well. Holidays are the so called mirrors of their own epoch, but at the same time they have some common characteristic features. In the author's opinion, the problem of holidays is closely connected with a person, an individual and a social group. Social functions of a holiday help to discover and demonstrate its role in the society's life.

Праздникам отводится важная и значительная роль в жизни общества. В последние годы, насыщенные праздничными юбилеями и торжествами, проблема праздника стала особенно актуальной. В связи с развитием НТР и НТП,

улучшением условий работы и быта у человека появилось больше свободного времени. Увеличение свободного времени ставит перед обществом задачу его рационального использования.