

альные действия во всех сферах жизни общества с ориентацией на благо человека как конечную цель.

Происходящие в мире события подчеркивают необходимость гуманитаризации образования, нацеленного на формирование широты кругозора, гибкости мышления, гражданственности, духовности, ценностей студента. К ним относятся: признание приоритета личности, уважение другого человека, любовь и свобода, добро и красота, законопослушность и социальная справедливость, социальная направленность поведения и деятельности. Содержание же гуманитарного знания связано с вопросами смысла человеческого существования. Оно предполагает переход от факта к смыслу, от вещи к ценности, от объяснения к пониманию.

Ж.М. Самсонова
БГЭУ (Минск)

ГОРОДСКАЯ КУЛЬТУРА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Культура является динамичным, подвижным образованием. Разные элементы культуры, составляющие культурный мир общества, изменяются под воздействием различных факторов и с разными механизмами динамики, одним из которых является трансформация. Социокультурная ситуация современного города имеет свои отличительные особенности. Они во многом определены всей городской средой, окружающим человека миром, включающим в себя материальные и духовные условия становления, существования, развития и деятельности людей, которые вовлечены в общественные процессы.

В настоящее время все более острой становится проблема выживания и воспроизводства в городской среде человека, здорового физически, психически и нравственно. Для города сегодня особенно актуальными становятся такие проблемы, как научно-технический прогресс, плотность населения, внутригородские связи, экономическая среда, обеспеченность населения жилищными площадями, информационное воздействие средств массовой коммуникации в условиях города, социальная стратификация.

В большинстве городов накоплен значительный культурный потенциал, развиваемый современными социокультурными институтами. Но он во многом остается нереализованным на уровне обычной жизни людей, невостребованным из-за неразвитости потребительской сферы и низкого уровня культуры пользователей. Сле-

дует отметить тот факт, что уровень потребительских претензий горожан — это динамичное и подвижное образование в культуре. Запросы современного горожанина достаточно разнообразны: потребность в саморазвитии и самосовершенствовании, общении, познании, самоутверждении, в отдыхе и наслаждении. Потребности современного горожанина являются главными факторами его активности. Особое место в жизни современного горожанина занимает стремление к достатку.

Отличительной особенностью современного города является активизация сферы деловой культуры, связанной с предпринимательской деятельностью. Деловая культура горожан определяется такими понятиями, как предмет деловой активности, цель, форма, тип взаимодействия и место потребителя. Если раньше главным критерием деловой активности выступали обогащение и удовлетворение от своего труда, то сегодня мотивация деятельности больше нацелена на результат.

Современный горожанин — это прежде всего потребитель. Усложнение социокультурных процессов в условиях современного города ставят человека в ситуацию изобилия и многообразия культуры, в которой он должен самоопределился, сделать выбор.

Наиболее актуальной сферой потребления в городе становится культура свободного времени — пространство деятельности человека как самоцели, не являющейся необходимостью. В условиях города это понятие включает в себя не только количество свободного времени и его структуру, но и содержательно-сущностный аспект. В современном городе существует рынок услуг в области свободного времени (спорт, развлечения и массовые зрелища, путешествия, туризм и т.д.). Однако существует проблема регулирования свободного времени на уровне соответствующих государственных организаций.

Еще одной проблемой человека в городской среде становится экономическая стратификация общества. Сегодня можно выделить особую иерархию социально-экономического положения горожан по четырем критериям: уровень доходов; образованность; доступ к власти; престиж профессии. Проведение анализа социально-экономической стратификации в условиях рыночных отношений требует использования таких понятий, как торговля, обмен, собственность, производитель, потребитель, предприниматель, занятость, безработица.