

ЧАСТНОЕ ДОМОХОЗЯЙСТВО В КОНСТРУИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА ГОРОДА

Е. Г. Павлова

Белорусский государственный университет
пр-т Независимости 4, 220030, Минск, Республика Беларусь
kitipav@gmail.com

Аннотация. В статье на основе концепции П. Бурдьё о социальном пространстве и символической власти рассматривается, как частное домохозяйство конструирует социальное медиaproстранство города, а габитус частного домовладения выражается в символическом капитале, воплощённом в медиaproстранстве городской среды. Социализационная матрица человека включает дом и домашнее хозяйство как ключевые составляющие организации жизненного пространства. Принцип организации семейного быта отражает статусные характеристики семьи как фундамента социальной системы. Широкое распространение новых медиакоммуникационных технологий определяет изменения в структуре социальной реальности, корректирует практики повседневного взаимодействия людей – ведения домашнего хозяйства и организации городской среды. При анализе влияния генерируемых медиареальностью визуальных образов на особенности конструирования повседневной городской реальности выделяются такие аспекты, как психосоциальный, этический и экономический.

Ключевые слова: *медиапространство города, габитус частного домовладения, социализация, медиакоммуникационные технологии.*

PRIVATE HOUSEHOLDING IN DESIGNING OF CITY SOCIAL MEDIASPACE

E. G. Pavlova

Belarusian State University
4, Nezavisimosti Av., 220030, Minsk, the Republic of Belarus
kitipav@gmail.com

Abstract. Based on P. Bourdieu's concept of social space and symbolic power, the article examines how a private household constructs the social media space of the city, and the habitus of private household ownership is expressed in symbolic capital embodied in the media space of the urban environment. The socialization matrix of a person includes home and household as key components of the organization of living space. The organizational principle of home mode of life reflects the status characteristics of the family as a basement of social system. The wide development of new media communication technologies determines changes in social structure,

corrects practice of everyday interaction of people, it means conducting of private household and organization of city space. Visual images influence the peculiarities of designing of every day city reality in next aspects: psychological, ethical, economical.

Keywords: *media space of the city, gabitus of a private household, socialization, media communication technologies.*

Взяв за методологическое основание концепцию П. Бурдьё о социальном пространстве и символической власти, мы рассмотрим, как частное домохозяйство конструирует социальное медиапространство города. а габитус частного домовладения выражается в символическом капитале, воплощённом в медиапространстве городской среды. П. Бурдьё говорит о том, что социология должна включать в себя социологию восприятия социального мира, т.е. социологию конструирования воззрений на мир, которые в свою очередь участвуют в конструировании этого мира. Исследование инвариантных форм восприятия или конструирования социальной реальности скрывает различные вещи: во-первых, это конструирование не происходит в социальном вакууме, но подвергается структурному давлению; во-вторых, структурирующие структуры, когнитивные структуры сами являются социально структурированными, поскольку имеют социальный генезис; в-третьих, конструирование социальной реальности – это не только индивидуальное предприятие, оно может стать и коллективным.

Итак, представления агентов меняются в зависимости от их позиций (и связанных с ней интересов) и от их габитуса, взятого как система схем восприятия и оценивания, как когнитивные и развивающиеся структуры, которые агенты получают в ходе их продолжительного опыта пребывания в некоторой позиции в социальном мире. Габитус есть одновременно система схем производства практик и система их восприятия и оценивания. В обоих случаях эти операции выражают социальную позицию, в которой он был сформирован. Вследствие этого габитус производит практики и представления, поддающиеся классификации и объективно дифференцированные, но они воспринимаются непосредственно как таковые только теми агентами, которые владеют кодом, схемами классификации, необходимыми для понимания их социального смысла [1]. Рассмотрим способы ведения домашнего хозяйства, включённого в городскую среду как способ организации социального пространства, в категориях П. Бурдьё, где габитусом выступает символический капитал домашнего пространства, создаваемого каждым конкретным индивидом, каждой конкретной семьёй, проживающей в городе.

Социализационная матрица человека включает дом и домашнее хозяйство как ключевые составляющие организации жизненного пространства. Принцип организации семейного быта отражает статусные характеристики семьи как фундамента социальной системы. Способ организации и ведения домашнего хозяйства носит интровертивный характер как альтер-эго социальных связей человека, направленных вовне. Дом исторически предстаёт как убежище от внешнего мира. В доме существует свой особый, индивидуальный для каждой семьи микроклимат, включающий не только социально-психологическое взаимодействие членов семьи, но и предметы домашнего обихода, мебели, организационно-пространственные решения.

Специфика домашнего хозяйства как социального института вытекает из специфических характеристик семьи. В современном текучем социуме дом как укрытие выполняет функции охраны личной территории. Предметы личной собственности, мебель, одежда, бытовая техника, домашняя утварь и т.д. составляют личное пространство человека и семьи как группы индивидов, живущих под одной крышей. Вторжение в личное пространство нарушает психосоциальный климат и ведёт к перестройке биохимических характеристик помещения. Поэтому советские традиции групповых застолий и частых походов в гости в современных условиях упраздняются. Пришёл в твой дом враг или друг? Принёс он в качестве подарка благо или зло? Что происходит с предметами, внесёнными в твой дом посторонними людьми? Какой энергетикой они пронизаны? А если в личное пространство вторгается индивид с нарушениями физиологических функций (инвалидность), какой посыл он может принести с собой в твой дом? Если в личное пространство вторгается злой или завистливый индивид, с нарушениями психо-моральных ориентиров? Какой след он оставит после себя на мебели, бытовых приборах, кухонной утвари? Как символически организовать свой быт и свой дом как охрану себя, своей семьи и своего личного пространства в городе? [2]

Построим социологическую классификацию современного жилищного фонда, в основе которой лежит различие в видах застройки. 1) Частные застройки делятся на: коттеджи в черте города; коттеджи в деревнях; деревенские дома за чертой города. 2) Панельные дома различаются по характеру собственника: государственные, частные, кооперативные. 3) Отдельно выделим квартиры в коммуналках, поскольку они обладают своим сакральным бытом. В основе классификации жилфонда лежит различие в водо- и энергоснабжении, а также канализационном обеспечении. По сути, это и есть отражение статуса и престижа современного индивида как субъекта и объекта домашнего хозяйства в качестве социального института.

Широкое распространение новых медиакоммуникационных технологий (телевидения, интернета, мобильной связи и др.) обуславливает изменения в структуре социальной реальности, корректирует практики повседневного взаимодействия людей – ведения домашнего хозяйства и организации городской среды. Техническую основу медиакоммуникации составляют повсеместная информатизация, компьютеризация, оцифровка и автоматизация процессов, происходящих в городе, что неизбежно оказывает влияние на психические, физиологические, социальные характеристики индивидов. Актуализируется вопрос субъектности человека, его способности сохранять личную идентичность в визуально-виртуальном пространстве под напором массы предлагаемых зрелищ и образов, где имеет место сознательное запутывание человека как потребителя зрительной информации со стороны заинтересованных агентов. Структуры визуализации (изображение, видеоклип, упаковка, имидж, бренд и т.д.) вырывают индивида из социальной ткани в асоциальное измерение искусственно созданных визуальных образов через рекламу «подлинного», «настоящего», «самого лучшего». Визуализация порой доминирует в ущерб словесности и традиционной интерактивности, с которыми исторически была связана передача социального опыта.

Свойство современного визуального медиакоммуникационного пространства – выступать тем каналом, благодаря которому человек раскрывает самого себя, идентифицирует себя с тем или иным образом частного домохозяйства. Визуальные модели, шаблоны, рамки, форматы, клипы и т.п. структурируют виртуальную реальность. Транслируемые по каналам медиа, они превращают частное домохозяйство в полую емкость, способную быть заполненной любым жанром или быть упакованной в любую упаковку. Так, современная социально-культурная индустрия производства символов подменяет содержание формой. Социальный мир она стремится превращать в моделируемую матрицу, по которой работает формат (жанр) и которая зависит от возможностей управляемого откуда-то компьютера. Чаще всего эффект зрелищной индустрии возникает благодаря тому, что индивид, ведущий частное домохозяйство (не осознавая этого), жаждет «самозаполнения», измеряя себя рейтингом и спросом на якобы свой имидж и имидж своего дома [3].

Понятие социализации в городской среде сегодня должно включать как важную составную часть адаптацию не только к социальным связям, но и к информационным посредникам. Рассматривая влияние генерируемых медиареальностью визуальных образов на особенности конструирования повседневной городской реальности, выделим следующие аспекты: психосоциальный, этический, экономический [4].

Психосоциальный аспект. Наиболее опасными источниками угроз интересам и здоровью личности считают существенное расширение возможности манипулирования сознанием человека за счёт формирования вокруг него виртуального информационного пространства, а также возможности использования различных технологий воздействия на его психическую деятельность.

Этический аспект. Опасным источником угроз интересам государства и личности в медиaprостранстве являются неконтролируемое распространение контента как информационно-психологического оружия для ведения информационных войн. Среди видов информационно-психологического оружия упоминают системы комплексного воздействия на психику пользователя – мультимедийные сайты в виде информационно-развлекательных или аналитических страниц с «горячей», «сенсационной» информацией.

Экономический аспект. Новые электронные медиа обладают почти безграничными возможностями передачи любой информации любым её отправителем в различных направлениях, но медийные потоки формируются в интересах владельцев транснациональных информационных агентств. Процесс монополизации на медиарынке приводит к угрозам манипулирования общественным мнением по отношению к значимым событиям и, что ещё более серьёзно, к деформации моральных устоев общества и его национальной культуры путём навязывания ему чужих ценностей. Западные ценности общества потребления проникают в сознание современного индивида через просмотр видеороликов, рекламы, картинок «престижного», «модного», «желанного» образа жизни, внешности, домашнего и рабочего интерьера, пространства городской среды.

Библиографические ссылки

1. Бурдые П. Начала. – Москва: Socio-Logos, 1994. – 288 с.
2. Павлова Е.Г. Домашнее хозяйство как социальный институт // Вестник Могилёвского государственного университета имени А.А. Кулешова. Серия А – Гуманитарные науки. – 2023. – № 1. – С.62-68.
3. Мальковская И.А. Визуальная культура: проблемы самоидентичности // Гуманитарные науки: теория и методология. – 2008. – № 4. – С. 45-49.
4. Владимирова, Т.В. Сетевые коммуникации как источник информационных угроз // СОЦИС. – 2011. – № 5. – С. 123-129.