

Факторы, влияющие на формирование социального пространства в условиях глобализации

Научный руководитель – Поздьева Светлана Михайловна

Гималова Ирина Владиславовна

Аспирант

Башкирский государственный университет, Факультет философии и социологии, Уфа,
Россия

E-mail: iri_gimalova@mail.ru

Социальным пространством называют многомерную и всеобщую форму существования социальных объектов: от отдельного человека до общества в целом. Это особая среда, в которой происходят социальные отношения и практики. Данное понятие ввёл в научный оборот французский социолог и философ Пьер Бурдьё в своей работе «Физическое и социальное пространство». Бурдьё исходил из структуралистского подхода исследования общества, в котором социальное пространство понимается через статусные позиции. Социальное пространство выступает здесь как некий ансамбль подпространств, которые структурируются распределением различных видов капитала. Такие подпространства иначе называют полями, они могут быть экономическими, политическими, социальными и культурными. Все поля связаны между собой габитусом - системой приобретённых предрасположенностей, схем и моделей поведения, социальных стереотипов и принципов действия [3]. Структура социального пространства определяется структурой распределения капитала, которая специфична для каждого поля. Действия социальных агентов определяются объективными структурами социального мира так, что агенты интериоризируют, то есть усваивают и осваивают диспозиции, которые и структурируют их действия и сам способ мышления. «Представления агентов, - указывает П.Бурдьё, - меняются в зависимости от их позиции (и связанных с ней интересов) и от их габитуса, понимаемого как система схем восприятия и оценивания, как когнитивные и развивающие структуры, которые агенты получают в ходе их продолжительного опыта в какой-то позиции в социальном мире» [1].

Другой социолог - Питирим Сорокин - полагал, что социальное пространство представляет собой некую вселенную, «состоящую из народонаселения Земли» [2]. Народонаселение создает целую систему отношений, в рамках которых определяется положение человека в социальном пространстве и его отношение к другим людям. Для описания социального пространства Сорокин предложил характеристику вертикальных и горизонтальных параметров. Вертикальные параметры - это доминирование и субординация, авторитет и послушание и другие взаимозависимости, которые выстраиваются в виде некой иерархии. Взаимосвязи, свободные от таких элементов, описываются в горизонтальных параметрах. Сорокин сосредоточил внимание на вертикальном измерении социальных явлений, изучении высоты и профиля социальных структур, их дифференциации по социальным слоям и перемещения по вертикали. Его трактовка понятия социального пространства введена в научный обиход для обоснования теории социальной стратификации и социальной мобильности.

Оба ученых подчёркивали не тождественность социального пространства другим видам пространства: географическим, геометрическим и др. Социальное пространство у них конструируется расстоянием между агентами: чем они ближе друг к другу, тем больше общих свойств. Люди, разделяющие одни и те же взгляды, занимающие место в одной системе социальной иерархии, имеющие один и тот же социальный статус отделены в

социальном пространстве от тех, у кого другой социальный статус и т.д. Между ними может возникнуть непонимание, даже если они живут на одной территории.

Социальное пространство существует в форме двух измерений: реальности первого порядка, которую составляют структуры — социальные практики, капитал, поля и реальности второго порядка, из которой состоит сам габитус. Агенты занимают определённое положение в социальном пространстве и одновременно вырабатывают систему своих взглядов. Для П.Сорокина в социальном пространстве первичны индивиды, для П.Бурдьё — статусные позиции индивидов. Так, социальная группа, у Сорокина, есть совокупность индивидов, а у Бурдьё, это — прежде всего статусная позиция социальной группы. Социальные структуры объективны по отношению к агентам. Неравномерное распределение благ — причина формирования и изменения социального пространства посредством стратификации общества. Активность агентов воздействует на социальное пространство символическими, культурными, политическими, экономическими ресурсами для укрепления социального престижа и статуса агентов, изменения их положения в самом социальном пространстве.

Понятно, что социальное пространство не изменяется стихийно, на него воздействует целый ряд факторов. К ним относятся:

- экономические факторы, регулирующие производство, обмен и распределение материальных благ, потребление товаров и услуг;
- политические факторы, устанавливающие виды и формы властных отношений в обществе;
- культурные факторы, включающий в себя уровень образования, интеллекта, багажа знаний, а также интернет;
- социальные факторы, включающие в себя и символический капитал (репутация и престиж), и воздействующие на социальную мобильность.

Следует отметить, что условиях глобализации на первые места выходит значимость культурного и социального факторов, поскольку глобализация открывает не только новые возможности для выбора культурных ценностей, выводит индивидов за пределы собственной культуры, приобщает к традициям других культур, но и позволяет использовать символический капитал для повышения своих статусных позиций в рамках более широкого социального пространства. Кроме того, культурный и социальный факторы в условиях глобализации способствуют приобщению индивидов, принадлежащих к разным социальным слоям и культурам к унификации предпочтений, например, вследствие размывания этнических традиций и их замене массовой потребительской культурой. Это, в свою очередь, неизбежно приводит не только к изменению положения индивида в современном социальном пространстве, но и к изменению характеристик самого социального пространства.

Источники и литература

- 1) 1. Бурдьё П. Социология социального пространства: перевод с фр. / Пьер Бурдьё; общ. ред. пер. Н. А. Шматко. - СПб.: Алетейя, 2013. – 288 с.
- 2) 2. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П. А. Сорокин. М., 1992. –298 с.
- 3) 3. Шматко Н.А. Габитус в структуре социологической теории // Журнал социологии и социальной антропологии, том 1, №2, 1998, С. 60-70.