

Воробьева Екатерина Сергеевна

аспирант Института социологии
Российской академии наук

ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИИ К ТАТУИРОВАНИЮ КАК МЕХАНИЗМ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ

Аннотация:

Рассматривается мотивационный аспект формирования идентичности у людей с татуировками. Анализируются два типа индивидов с разной мотивацией к татуированию – «модный» и «творческий». У представителей первого мотива не подвержена динамике, преобладает конструирование социальной идентичности; второго – выделены восемь сценариев – мотивационных оснований к татуированию, динамика мотивационного процесса демонстрирует постепенное вытеснение в сознании акторов социальной идентичности личной.

Ключевые слова:

социология тела, татуирование, телесные практики, мотивация, конструирование идентичности, личная идентичность, социальная идентичность.

Vorobiyova Ekaterina Sergeevna

PhD student, Institute of Sociology of
the Russian Academy of Sciences

DEVELOPMENT OF MOTIVATION TO TATTOOING AS A MECHANISM OF IDENTITY CONSTRUCTION

Summary:

The article considers the motivational aspect of identity development of people with tattoos. The author analyses two types of persons with different motivation to tattooing – “fashion-based” and “creative”. The motivation of the representatives of the first type is not exposed to dynamics, construction of social identity dominates. Representatives of the “creative” type have eight scenarios of motivation to tattooing; the dynamics of motivation process demonstrates the gradual replacement of social identity by personal one in the actors' minds.

Keywords:

sociology of the body, tattooing, body practices, motivation, construction of identity, personal identity, social identity.

Проблема конструирования идентичности в обществах современного типа – одна из наиболее актуальных в социальных науках. Если в социумах традиционного типа идентичность санкционирована традицией и фактически задана человеку от рождения, то в обществах «позднего модерна» (Э. Гидденс) она отчасти представляет собой результат *выбора* индивида. Конструирование идентичности связано с формированием я-образа, частью которого является телесный образ. Татуирование рассматривается нами в качестве одного из способов творческого конструирования телесного образа как части общей я-схемы.

В современной России, равно как и в западных обществах, существует татуирование двух типов: в «закрытых» социальных группах и «большом» обществе. К первому типу относится татуирование внутри таких социальных институтов, как армия, флот и тюрьма. Им присущи следующие характерные черты:

- четкая пространственная локализация, замкнутость границ;
- вынужденная длительная изоляция членов группы от «большого» общества;
- как следствие, формирование особого психотипа индивида, отличающегося «ментальной госпитализацией» [1, р. 4–6].

Татуирование индивидов в данных «закрытых» группах по сравнению с таковым в «большом» обществе имеет длительную историю и специфику: процесс татуирования, как и в обществах *традиционного* типа, подчинен традиции. Это означает, что, во-первых, татуирование выступает как *традиционное* действие, во-вторых, *традиционны* сами тату-изображения. В то же время татуирование в «большом» обществе имеет следующие особенности:

- сравнительно недавняя история возникновения (1960-е гг. в США и Европе, 1990-е гг. – в России);
- *нетрадиционный, инновационный* характер действия.

Именно последний аспект татуирования в «большом» обществе находится в центре нашего исследовательского интереса.

В ходе эмпирического анализа, проведенного нами в период с 2012 по 2015 г., татуирование рассматривалось как одна из практик, направленных на телесное преобразование. Целью исследования стало выявление содержательных и процессуальных аспектов мотивации подобного преобразования и его влияния на формирование идентичности. Использовали способ глубинного полуструктурированного интервью, выборка (N = 40) организована по методу «типичных представителей» тату-культуры.

Формированию выборки предшествовал анализ совокупности тату-аудитории, в которой очевидным образом выделяются два типа акторов: тату-мастера и тату-клиенты. Основное отличие первых от вторых в том, что мастера одновременно являются и *носителями* татуировок, и их *производителями*.

Кроме того, выборке предшествовало длительное невключенное наблюдение автора за татуированными на тату-конвенциях и в интернет-пространстве, которое позволило выделить три визуально специфических типа татуированных:

- 1) с татуировками, занимающими *незначительную* поверхность кожного покрова, которые при желании легко могут быть скрыты под одеждой;
- 2) с татуировками, занимающими *значительную* поверхность кожного покрова, которые также при желании могут быть скрыты под одеждой;
- 3) с татуировками на видных частях тела (лице, шее, кистях рук и т. д.), которые *невозможно скрыть* от окружающих.

Эти три типа встречаются и среди тату-мастеров, и среди тату-клиентов.

Визуальному выделению трех типов татуирования способствовало и осознание важности темпорального аспекта татуирования, то есть длительности процесса. Логика здесь проста: чем дольше мы занимаемся какой-нибудь деятельностью, тем глубже мы проникаем в ее суть. Соответственно, чем больше времени мы посвящаем созданию на своем теле татуировки – а работа над большим по размеру и сложным по рисунку и композиции изображением может длиться более года, тем яснее и содержательно богаче становится для нас смысл процесса.

В связи с этим в качестве гипотезы исследования выступило предположение о наличии у визуально выделенных трех типов татуированных трех доминирующих мотивационных оснований татуирования.

1. «*Модный*» тип со стандартными изображениями. Татуировки зачастую взяты из альбомов готовых изображений либо увидены у кого-нибудь из знаменитостей. Татуировки делаются как *подражание* «модным объектам».

2. «*Творческий*» тип с «художественными» татуировками, предполагающими *уникальность* изображения и высокое мастерство исполнения, позволяющее охарактеризовать такие татуировки как «произведения искусства».

3. «*Демонстративный*» тип с татуировками эпатажного содержания (тексты сексуального характера, фашистская и прочая запрещенная символика).

Эмпирическую базу нашего исследования составили представители первого и второго типов: 14 тату-мастеров крупных московских тату-салонов и 26 их клиентов. Возраст респондентов – 20–40 лет. Проверка аналитических выводов на валидность осуществлялась методом экспертной триангуляции. Третий тип не был включен в выборку ввиду предположения о возможном клиническом характере личности представителей данного типа – рассмотрение клинических случаев выходит за рамки нашей компетенции.

В ходе анализа интервью обнаружено, что у представителей первого, «**модного**», типа, выделяются три основных сценария, по которым развивается их тату-история.

1. Сделавшие татуировку со временем начинают сожалеть об этом и мечтают ее вывести / выводят.
2. Сделавшие татуировку довольны результатом и не планируют в дальнейшем делать другие татуировки.
3. Сделавшие татуировку довольны результатом, но с изменением моды или вслед за своим кумиром могут сделать еще одну или несколько татуировок.

«Модный» тип практически не встречается среди тату-мастеров. В целом мотивация к татуированию у его представителей не подвержена динамике и ограничивается подражанием кумирам. В терминах теории социальной идентичности Г. Тэджфела, где противопоставляются *социальная* и *личная* идентичность [2], идентичность представителей «модного» типа тяготеет к первому виду.

Гораздо более динамичной и дифференцированной является мотивация второго, «**творческого**», типа. Анализ интервью респондентов позволяет аналитически выделить два этапа формирования мотивации к татуированию: *первичной мотивации*, которая возникает у респондентов и побуждает их к первому «тату-эксперименту»; *вторичной*, складывающейся в процессе накопления практического опыта татуирования и его рефлексивного осмысления. В результате вторичная мотивация накладывается на первичную и постепенно становится доминирующей – в случае, когда первый опыт татуирования не вызвал отторжения и ценность татуировки закрепились в сознании ее носителя.

Этап формирования первичной мотивации характеризует недостаточная рефлексивность действия. В первичной мотивации аналитически выделяются *два уровня* развития. *Первый* имеет следующие особенности (в скобках приведены цитаты из интервью):

- 1) прямое влияние «значимых Других», подражательность;

- 2) любопытство, экспериментирование («попробовать кольнуть»);
- 3) легкомысленность, игровое отношение к ситуации;
- 4) аффективное отношение к татуированию («азарт», «кураж», «на подъеме»);
- 5) нерефлексивность.

Общая характеристика этого мотивационного уровня может быть проиллюстрирована фрагментами из интервью с тату-мастерами. «Самую первую татуировку делал сам в 12–14 лет – будет как у бати. Еще не в сознательном возрасте, школьные годы», – тату-мастер Сергей, 36 лет. «Совсем в молодости, еще в школе, татуировку себе сделал старший брат, лет в 14 меня это тоже зажгло, потому что жизнь была веселая, дворовая, все это крутилось, вертелось, какие-то молодежные течения. В 16 сделал себе первую, в 17 – вторую», – тату-мастер Павел, 28 лет.

Именно для тату-мастеров характерен переход от «эмоционального заражения» непосредственно к действию: «попробовать кольнуть». У тату-клиентов первое впечатление от увиденной татуировки и непосредственный опыт татуирования разнесены во времени – первая татуировка, как правило, делается по достижении 18-летия. «Как большинство людей, татуировку увидел я в возрасте нежном, в 6–7, на рок-музыканте. В детстве я полагал, что я вырасту и сделаю себе огромного дракона в японском стиле на всю руку», – Артем, 23 года. «У мамы был знакомый, друг, и меня как бы приняли в их компанию. И чем он меня порадовал, то что он был безумно умный человек, выделялся из компании своим интеллектом прежде всего, чувством юмора и прочим, и прочие характеристики неуловимые, харизматичный человек был. Несмотря на это, у него были татуировки, но это абсолютно не показатель – абсолютно адекватный, нормальный человек. И это как-то отложилось», – Ирина, 20 лет.

Приведенные отрывки из интервью показывают, что из пяти выделенных нами атрибутов *первого уровня первичной мотивации* у тату-клиентов наблюдаются все пять, а у тату-мастеров – преимущественно первый и пятый. У клиентов чаще имеет место «отложенное действие», и именно временной зазор между стимулом и реакцией позволяет им подумать о будущей татуировке дольше. Гораздо чаще клиенты благодаря отсрочке действия демонстрируют «мысленное» проигрывание собственного татуирования и переход на *второй уровень* формирования первичной мотивации без татуировок, в то время как мастера попадают на второй уровень с тату-изображением, выполненным кустарным способом и впоследствии «перебиваемым» «кавером» более высокого качества.

Для *второго уровня* первичной мотивации характерны:

- ослабление влияния «значимых Других»;
- более спокойное эмоциональное состояние;
- начало рефлексивного осмысления татуирования;
- формирование ведущего мотива (сценария) татуирования.

В исследовании выявлены восемь сценариев мотивации к татуированию у «творческого» типа.

Сценарий 1. Мотив протеста против запретов родителей: «мне запрещали... сделал в пику, назло». «Отвечало моим внутренним каким-то потребностям... Когда родители строгие, папа военный, хочется свободы», – тату-мастер Дмитрий, 38 лет. «В те времена это был протест против этих вот родительских рамок жестких. Тогда же был Советский Союз, тогда даже джинсы были в диковинку, а уж татуировки – это ой! – татуировки только у уголовников», – тату-мастер Сергей, 36 лет.

Сценарий 2. Мотив эпатажа, демонстрации и самоутверждения. «Хотелось выделиться и доказать миру», – Полина, 28 лет. «Понимаете, каждый в свое время немножко сумасшедший, особенно в молодости, небольшой эпатаж», – тату-мастер Дмитрий, 38 лет.

Сценарий 3. Мотив поиска круга общения. «Эти люди (татуированные. – Е.В.) казались мне такими крутыми, смелыми... В тот момент я была такой неформальной девочкой, мне хотелось тусоваться с неформальными людьми, мне казалось, что для меня это как раз такой путь неформальной тусовки и доказательство, что я такая, вау, не такая, как все. Это для меня было выходом», – Полина, 30 лет.

Сценарий 4. Мотив фиксации принадлежности к группе: «у нас так принято». Этот мотив характерен для респондентов, которые являются членами неформальных сообществ / субкультур. Например, футбольные фанаты наносят символику любимого футбольного клуба, панки – паука в паутине (символ панк-культуры).

Сценарий 5. Мотив опыта эстетического переживания. «...Дракон японский... меня это поразило. Я даже не знаю, мне казалось, что он сложный в рисунке, и скорее всего стереотип этой картинке у меня остался из детства, это был такой маленький коврик для суши, только большого формата, и на нем дракон. Не помню, где я его видел, но он меня всегда впечатлял, и с тех пор дракон для меня – это самое-самое, и я уже сейчас больше осмысливаю татуировку и ассоциирую ее с драконами, то есть именно с Японией, с японской татуировкой», – тату-мастер Дмитрий, 29 лет.

Сценарий 6. Мотив защиты. В татуировку вкладывается религиозный, мистический смысл: «*это мой оберег*». «Тогда (в армии. – Е.В.) это было как самозащита. Тату была – арабская вязь, было написано "Аллах, дай мне силы", тогда я считал себя мусульманином, и это как оберег», – Азат, 30 лет.

Сценарий 7. Мотив фиксации привязанности. Обусловлен потребностью постоянно ощущать эмоциональную связь с близким и дорогим существом. Татуировки этого типа – возлюбленные, друзья, домашние животные. «У меня была собака моя любимая, недавно ее не стало, пару месяцев назад, и я хочу собаку свою, чтобы она всегда была со мной», – Ирина, 20 лет.

Сценарий 8. Мотив самовыражения. Возникает потребность переноса на тело собственного или чужого художественного творчества, наиболее точно отражающего представление о себе, я-образа: «*захотелось иметь это на себе*». «Захотел свои же рисунки сделать на себе. Это проявление внутреннего мира – из внутреннего перевел во внешний мир, вот и все», – тату-мастер Илья, 32 года.

Этап формирования вторичной мотивации характеризует усиление рефлексивного осмысления татуирования через следующие процессы:

- критический пересмотр первичных мотивов (сценариев);
- отвержение мотивов подражания, любопытства, эпатажа, демонстрации;
- более тщательный выбор сюжета татуировки, стиля исполнения и тату-мастера (у тату-клиентов);
- структурирование мотивов (сценариев) первичной мотивации.

Во-первых, либо доминирующий мотив закрепляется как основной, во-вторых, либо он отвергается и на его место заступает новый, в-третьих, чаще всего происходит *расширение мотивационной сферы*: «Сначала я думала, что татуировка для меня – одно, а затем поняла, что это и второе, и третье, и... десятое».

На этом этапе оформляются осмысленные индивидуальные *мотивационные карты (набор мотивов-сценариев)*, которые приобретают *поливалентный характер*.

1. **Протестный мотив** отмечен на мотивационной карте большинства респондентов. Однако изменяется *объект направленности протеста*, расширяется его *социальный контекст*: он связан уже не с бунтом против родителей, а с возражением против навязываемых рекламной индустрией стандартов телесной красоты, фемининности/маскулинности. Человек «хочет быть *самим собой*», а не объектом манипуляции индустрии моды.

2. **Мотив поиска круга общения.** Ни у одного из респондентов этот мотив на данном этапе не выступает как доминирующий, поскольку расширение круга было достигнуто на предыдущем этапе. Для 100 % тату-мастеров новый круг общения становится профессиональным.

3. **Мотив фиксации принадлежности к группе.** В случае если респондент перерастает субкультуру, к которой ранее ощущал принадлежность, татуировки этого типа либо оставляются как «*воспоминание о прошлых увлечениях*», либо перекрываются новыми, более соответствующими нынешней идентичности актора.

4. **Эстетический мотив.** Наиболее распространенным мотивом выступает мотив украшения собственного тела: о красоте так или иначе говорят 100 % респондентов, сходясь во мнении, что татуировка – «*это искусство*» и «*она должна быть красивой*». Человек исходит из *собственного* представления о красоте.

5. **Мотив защиты** не претерпевает принципиальных изменений, и татуировка по-прежнему понимается здесь как *оберег*. Однако трактовка защитной функции становится более глубокой: татуировка воспринимается не как внешний объект, а как «*кусочек своего чего-то, чего у меня уже не отковырять*» (Азат, 27 лет). «Если бы татуировки сейчас резко все пропали, я бы немного удивлялся и чувствовал себя, я не знаю, как обнаженный что ли, то есть, может быть, какую-то эмоциональную защиту она дает, то есть ты чувствуешь, что что-то тебя защищает», – Артем, 23 года. Сюжет татуировки приобретает глубокий личностный смысл, оказывая на ее носителя психотерапевтический эффект. «У меня был такой период жизни, что мне не хватало самоуверенности, наверное, веры в себя не хватало, и я решила сделать данный сюжет, что он должен что-то характеризовать, что не надо ни на кого уповать, а уповать только на себя», – Ирина, 20 лет. Внутренняя психологическая проблема неуверенности в себе выносится на внешнюю, телесную границу, происходят дублирование реальности, отделение первой реальности от второй. Эта вторая, дублированная, реальность, с одной стороны, выступает как зеркало, в котором отражается «внутренний враг», с другой – служит своего рода защитным барьером, ограждающим внутреннюю реальность от проникновения на ее территорию психологической угрозы внешнего мира, способной нарушить целостность границы я-образа.

Эффект «отзеркаливания» проблемы хорошо известен в психотерапевтической практике. Когда респонденты откровенно признают собственную неуверенность в себе, они отмечают также, что татуировка помогает им ее преодолевать.

Достигнутая уверенность в себе связывается в сознании части опрошенных еще и с тем, что сам акт татуирования воспринимается ими как «смелый шаг», повышающий их собственную самооценку. «Смелость» респонденты объясняют тем, что татуировка – это *«изменение»* и оно *«навсегда»*, поэтому приобщение к татуировке они считают серьезным и ответственным решением.

6. **Мотив фиксации привязанности** не претерпевает изменения.

7. **Мотив ценности боли.** Во-первых, с *«преодолением себя»* через боль большинство респондентов соотносит повышение самооценки, достигнутое в результате татуирования. Во-вторых, боль связывается с памятью. «Для меня это ритуал. Татуировка должна быть очень болезненная и очень дорогая, тогда она значима в принципе, тогда человек не забывает о той мотивации, которая подвигла на нанесение», – тату-мастер Дмитрий, 29 лет. В-третьих, значимость боли объясняется тем, что *«именно через боль человек получает красоту»*. «И тем больше она ценится, потому что досталась такой высокой ценой. Если человек делает ее под обезболивающим, он не поймет смысл и кайф от татуировки. Поэтому и делают традиционным способом – чтобы человек прочувствовал, что есть красота. Хочешь, чтобы было красиво, – терпи», – тату-мастер Сергей, 36 лет.

8. **Мотив самовыражения** присутствует на мотивационной карте всех респондентов. Однако трактовка термина «самовыражение» различна. Это понятие имеет обобщающий характер, выступая как родовое, содержащее конкретные видовые случаи. Пользуясь категорией «самовыражение», респонденты включают в нее понятия «самопознание», «самоидентификация», «самопозиционирование» и «утверждение собственной онтологии». Татуировка связывается и с *«желанием выразить какие-то духовные ценности – то, что есть внутри, но то, что нельзя выразить словами»*, и с *«образом мышления»*, и со стремлением *«подчеркнуть индивидуальность, черту характера»*.

Поскольку этот важнейший мотив не только отражает *эстетические предпочтения* опрошенных, их внешний я-образ, но и тесно связан со всей системой их мировоззрения, внутренним «я», то посредством татуировки на коже производится не только запись собственного представления о красоте, но и *регистрация* жизненных интересов и фундаментальных установок личности. В этом случае запись начинает функционировать как своего рода личный дневник, текст которого постоянно «перечитывается» автором и обеспечивает удержание вложенного в него смысла на переднем крае сознания. «Это уже как одна идея, единое целое: ... там сюжет – борьба светлой и темной сторон – и во мне, и во внешнем мире, это определенный стиль "ню скул", он просто мне нравится, он красочный, яркий, и там ленточкой – мое предпочтение в музыке. Это "хардкор", который дословно переводится как "тяжелое ядро", "жесткий стержень", "твердое ядро". Поэтому я это не просто наносила как дань музыке, но и как в общем отношении к жизни, и если в какие-то моменты у меня не получается в жизни следовать вот этому, то пускай это будет со мной как талисман», – Мария, 27 лет.

«Талисман» в качестве способа самоидентификации в данном случае выступает как постоянно присутствующий в непосредственной близости объект, отвечающий за непрерывность тождества респондента с самим собой, своим идеальным «я». Отношение к татуировке как *талисману*, обеспечивающему непрерывный *диалог* ее носителя с самим собой, его тождество с идеальным «я» и служащему, таким образом, *ориентиром и опорой*, характерно для подавляющего числа опрошенных.

Зачастую в мотив самовыражения прочно вплетен *мотив самопознания и обретения себя*, когда внутренняя картина мира респондента находит отклик в каком-то внешнем персонаже, выступающем носителем близкой по духу жизненной онтологии. Через татуировку обеспечиваются непрерывное присутствие значимого героя и постоянная коммуникация с «родственной душой», обеспечивающей моральную поддержку. Осознание сходства жизненных идеологий придает герою «идеальную» модальность, и он начинает выступать одновременно как *образец поведения*. «... Влас для меня вообще идеал женщины. Конечно, фигуры такой, как у нее, быть не может, но... Про стиль жизни этой женщины: она живет в свое удовольствие, но одновременно помогает людям и испытывает к человеку противоположного пола, который самодовольный, эгоистичный, ... чувство, но это чувство чистое», – Вера, 22 года. Самопознание и обретение себя в данном случае напрямую связаны с *гендерной самоидентификацией* респондента. Этот же мотив в целом характерен для определенной части женской тату-аудитории, выбирающей в качестве объекта идентификации персонажей, традиционно воспринимаемых как символ женственности, грациозности, нежности: кошку, пантеру, бабочку, цветок.

Отношение к татуировке как к *талисману* мужчинам свойственно не меньше, чем женщинам, и отождествление себя с внешним персонажем имеет свою *гендерную специфику*. Герои, которых выбирают мужчины, – лев, тигр, медведь, орел – несут ярко выраженные черты мужественности, силы, иногда агрессии. «У мужчины самого по себе стремление к первенству и неосознанная тяга к жестокости (небольшой, я имею в виду) – психологические, он же бывший воин,

исследователь, и все, что внутри, он выражает на себе», – комментирует подобные предпочтения мужчин тату-мастер Илья, 32 года.

Обилие значимых персонажей, наносимых на кожу, прямо пропорционально *многообразию мировоззренческих установок и сложности я-образа*. Их присутствие на коже обеспечивает респонденту непрерывное ощущение тождества самому себе. «Мутант на моей стопе – клетка организма, из которой вырастает получеловек-полупаук, и для меня это тоже значит очень много, потому что говорит о том, что человеческий разум очень многогранен и каждый человек в себе развивается по-своему... Есть еще зайцы. Зайцы – вообще отдельная тема, это из компьютерной игры, для меня это как знак сумасшествия, потому что они сумасшедшие, несуразные, смешные, позитивные, непонятные, но – да, я такая, я тоже порой сумасшедшая и непредсказуемая», – Вера, 22 года.

Однако поиск опоры вовне характерен не для всех респондентов – для части из них «путь к себе» связан с запечатлением «я», мыслимого на фоне «идеального, гармоничного мира». «На руке – это детство мое: это вид из окна разбитого, здесь внизу еще девочка маленькая сидит играет с игрушками, это как бы я; тут окно открыто, тут МГУ видно, я живу на метро "Университет", тут парк, аттракционы, ля-ля-ля, космос, звезды, тут спутник СССР – я же в СССР родилась. Типа детство, что-то такое милое, теплое, хорошее», – Анастасия, 26 лет. Как видно из этого рассказа, в образе детства, ассоциирующегося с «милым», «теплым» и «хорошим», звучит тема защищенности, которую обретает человек, погружаясь в его спокойную, умиротворяющую атмосферу. Этот небольшой эпизод – характерный образец поливалентного типа мотивационной карты.

Теперь, если мы вспомним деление Г. Тэджфелом идентичности на социальную и личную, то в соответствии с нашей *авторской интерпретацией* распределение мотивов татуирования по двум категориям будет выглядеть следующим образом. *Социальная идентичность*: мотивы подражания, поиска круга общения, фиксации принадлежности к группе, фиксации привязанности. *Личная идентичность*: мотивы протеста, защиты, ценности боли, эстетический мотив, мотив самовыражения. Условность отнесения мотивов к категориям социальной и личной идентичности станет явной при дальнейшем обсуждении.

Учитывая ранее зафиксированную нами *поливалентность* мотивационных карт, отметим, что татуирование выступает как механизм конструирования и социальной идентичности, и личной. Однако, принимая во внимание удельный вес каждого мотива в структуре мотивационных карт респондентов, мы можем констатировать, что *личная* идентичность постепенно начинает превалировать над *социальной* в процессе развития мотивации к татуированию.

Обсуждение. Таким образом, татуирование как телесное преобразование выступает в качестве одного из механизмов творческого конструирования идентичности, в котором прослеживается индивидуальная траектория ее построения. Проблема идентичности является одной из самых актуальных и обсуждаемых в социальных науках.

В социологии и социальной психологии выделяются два типа самоидентичности: идентичность как принадлежность к «мы-группе» (внешняя идентификация) и «идентичность-для-себя» (внутренняя). В первом случае социальная самоидентификация понимается как социоструктурный «процесс определения себя через членство в социальной группе» [3, с. 158–179]. Во втором случае – как механизм формирования «самости», утверждения собственной, независимой от группы, онтологии [4].

По мнению критиков теории социальной идентичности Г. Тэджфела, например Г. Брэквелла, У. Дуаза, деление идентичности на личную и социальную проблематично: личная также является социально обусловленным конструктом. Критерием, оправдывающим проведение различия между двумя типами идентичности, служат их *функции*. Социальная идентичность связана с осознанием человеком своей *принадлежности к группе*, а личная – собственной *уникальности* [5].

По мнению автора теории самодетерминации Э. Деси, потребность в самодетерминации, называемая им также потребностью в *автономии*, является врожденной и выступает как главная из трех базовых потребностей человека наряду с потребностями в компетентности и в отношениях с другими людьми. Потребность в автономии включает стремление самостоятельно контролировать собственные действия и поведение, быть их инициатором. Именно она составляет основу внутренней мотивации человека [6].

Однако автономия личности в современном мире, по мнению авторов критической теории М. Хоркхаймера и Т. Адорно, проблематична: весь мир оказывается «пропущенным через фильтр культуриндустрии... Могущество индустриального общества подчиняет себе человека раз и навсегда» [7, с. 157–158]. «Решающее значение сегодня имеет... самой системе присущая необходимость ни на мгновение не спускать глаз с потребителя, не давать у него зародиться подозрению, что сопротивление возможно. Этот принцип требует, чтобы, с одной стороны, все его потребности представлялись ему безусловно удовлетворяемыми культуриндустрией, но с другой, чтобы эти потребности уже заранее были устроены таким образом, что себя самого в них

он не мог воспринимать иначе как только вечным потребителем, объектом культуриндустрии. Последняя не просто убеждает его в том, что ее обманом удовлетворяются его желания, но сверх того дает ему понять, что ни при каких обстоятельствах не придется ему удовлетворяться чем-то кроме предложенного» [8, с. 177].

«Свобода выбора», являющаяся основой либеральной идеологии современного общества, по мнению авторов критической теории, оказывается фикцией: «Постоянно подчеркиваемые различия, такие, например, как между фильмами категории А и В или публикациями в журналах разного уровня цен, не столько порождаются самой сутью дела, сколько служат задаче классификации, организации и учета потребителя. Здесь для всех что-нибудь да оказывается предусмотренным с тем, чтобы ускользнуть не смог никто, различия культивируются и пропагандируются. Обеспечение публики иерархией серийного производства качества способствует все более и более сплошной квантификации. Якобы спонтанно каждый должен вести себя в соответствии с заранее определяемым посредством индексации своим "уровнем" и иметь дело только с теми категориями массовых продуктов, которые производятся специально для его типа» [9, с. 153].

По сути М. Хоркхаймер и Т. Адорно фиксируют одно из фундаментальных противоречий современного общества: между автономией личности и властью социального, стремящегося квантифицировать все многообразие социального и подчинить личность во всех ее проявлениях своему контролю. Культуриндустрия, товарное производство выступают как частные случаи производства социального как такового. Это же относится и к созданию телесных образов, «ответственность» за которое принадлежит институту красоты. М. Фуко не совсем прав, когда утверждает, что контроль над телесностью не имеет четкой институциональной локализации. Человек, презирующий моду, в равной мере является участником организованного модного процесса, как и человек, со страстью скупающий модные новинки, поскольку власть модной индустрии уже учла его как *тип* потребителя, отнесла к своему потребительскому классу – классу «презирующих моду» – и создала для него соответствующий модный образец, о типическом характере которого он, вероятно, и не подозревает.

Сама идентичность навязывается социальным в качестве *роли*, по выражению П. Бергера и Т. Лукмана, реифицируется, и тогда происходит полная идентификация индивида с социально предписанными типизациями. «Он начинает воспринимать себя не иначе как только такой тип» [10, с. 148–149]. Именно в зазоре между индивидуальным как свободным в своей самобытности и социальным как типизирующим и ограничивающим возникает напряжение, связанное с конструированием телесного образа как части идентичности личности.

Даже будучи интернализированной, типизация объективирует лишь часть «я». Не только *врожденная* потребность в самодетерминации, как утверждает Э. Деси, но и ощущение того, что дело обстоит именно так, как описывают сторонники позиции, отстаивающие «тотализирующий» характер социального, запускает процесс формирования осознанной потребности в автономии, рефлексивного и *контролируемого* конструирования идентичности, не подпадающей ни под один из системно санкционированных образцов. Именно этим объясняется устойчивый рефрен всех интервью: «Я делаю это только для себя». Вопрос не в том, что это «только для себя» невозможно, а в том, что респонденты *думают*, что это возможно.

Тату-история респондентов «творческого» типа начинается как конструирование *социальной* идентичности. Этот процесс связан с ориентацией прежде всего на референтную группу и ролевым поведением через «представление себя другим» (И. Гоффман). Однако при творческом освоении своего тела и рефлексивном осмыслении телесного преобразования происходят обогащение я-образа личностными характеристиками и конструирование *личной* идентичности. Динамика мотивационного процесса демонстрирует постепенное вытеснение *в сознании акторов* социальной идентичности (внешне обусловленной) личной (внутренне обусловленной).

Ссылки:

1. Goffman E. Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates. N. Y., 1961.
2. Tajfel H. Social identity & intergroup relations. Cambridge ; Paris, 1982.
3. Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. 1995. № 3–4. С. 158–179.
4. Dubar C. La Socialisation, construction des identités sociales et professionnelles. Paris, 2002.
5. Breakwell G.M. Integrating paradigms, methodological implications // Empirical approaches to social representations / ed. by G.M. Breakwell, D.V. Canter. Oxford, 1993 ; Doise W. Social representations in personal identity // Social identity: International perspective / ed. by S. Worchel, J.F. Morales, D. Paez, J. De-Schamps. N. Y., 1998.
6. Deci E.L. The psychology of self-determination. Toronto, 1980.
7. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. М. ; СПб., 1997.
8. Там же. С. 177.
9. Там же. С. 153.
10. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.

References:

- Berger, P & Lukman, T 1995, *Social Construction of Reality. A treatise on the sociology of knowledge*, Moscow, (in Russian).
- Breakwell, GM 1993, 'Integrating paradigms, methodological implications', in GM Breakwell, DV Canter (eds), *Empirical approaches to social representations*, Oxford.
- Deci, EL 1980, *The psychology of self-determination*, Toronto.
- Doise, W 1998, 'Social representations in personal identity', in S Worchel, JF Morales, D Paez, J De-Schamps (eds), *Social identity: International perspective*, N. Y.
- Dubar, C 2002, *La Socialisation, construction des identités sociales et professionnelles*, Paris.
- Goffman, E 1961, *Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*, N. Y.
- Horkheimer, M & Adorno, T 1997, *Dialectic of Enlightenment*, Moscow, St. Petersburg, (in Russian).
- Tajfel, H 1982, *Social identity & intergroup relations*, Cambridge, Paris.
- Yadov, VA 1995, 'Social and socio-psychological mechanisms of formation of the person social identity', *Mir Rossii*, no. 3-4, pp. 158-179, (in Russian).