

ИЗУЧЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ АВТОРОВ ГРАФФИТИ

© 2011 А.И.Белкин

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия

Статья поступила в редакцию 27.09.2011

Представлены результаты теоретического и эмпирического изучения психологического феномена конструирования психосоциальной идентичности в информационном обществе. В исследовании, проведенном на выборке из 6185 граффити, получены результаты, подтверждающие, что граффити представляют собой психологический феномен конструирования психосоциальной идентичности.

Ключевые слова: граффити, идентичность, идентификация, функции граффити, информационное общество, культура.

Настоящая работа посвящена теоретическому анализу феноменов идентификации и идентичности, а также практическому изучению особенностей идентификации авторов граффити. При этом изучение феномена идентичности реализуется по нескольким направлениям. Первую линию анализа составляет изучение общих характеристик феномена идентификации и идентичности, вторую – анализ подходов известных специалистов к данным феноменам (И.Гоффман, Д.Мид, Э.Фромм, С.Холл, Э.Эриксон, В.А.Ядов).

Значение понятий «идентификация», «идентичность» в составе философского и психологического знания несколько видоизменяется в зависимости от того, в русле какого концептуального подхода они рассматриваются. Как логическая категория идентичность означает отношение, члены которого тождественны друг другу. В качестве категории метафизики идентичность (тождество) есть характеристика бытия, более фундаментальная, чем различие. По мнению психоаналитика Ж.Лакана, «Я-идентичность» и «Другой» принципиально неотделимы друг от друга¹.

Реабилитации «различия» и демонстрации его первичности перед идентичностью посвящены работы философов постмодернизма Ж.Делеза «Различие и повторение» и Ж.Деррида «Письмо и различие». Так, Ж.Делез указывает: «различие – не сама данность, но то, посредством чего задается данность»². Круп-

нейший философ постсовременности Ж.Деррида считает, что идентичность как знак принадлежности человека всегда адресована множеству получателей³.

М.Фуко пишет, что идентичность формируется дисциплинарной властью, которая появилась в результате нового крупномасштабного регулирования институтов позднего модерна. Техники дисциплинарной власти включают в себя такое применение власти и знания, которое продолжает индивидуализировать субъект, более интенсивно влияя на его тело⁴.

В.С.Малахов подчеркивает, что «идентичность... характеристика отношения индивида к себе самому, его «самопринадлежность», тогда как в другом контексте идентичность характеризует принадлежность индивида к некоторому коллективу»⁵.

В психологической науке под идентичностью часто понимается «чувство непрерывности своего бытия как сущности, отличной от всех других»⁶. Под идентификацией соответственно понимается непрерывный процесс постепенного обретения или изменения идентичности⁷.

П.Гилрой подчеркивает историческую специфику феномена идентичности, считая, что процесс формирования идентичности ограничен

⁰ Белкин Антон Игоревич, кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и прикладной психологии факультета психологии. E-mail: rotati@mail.ru

¹ Малахов В.С. Идентичность // Современная западная философия. – М.: 1998.

² Делез Ж. Различие и повторение. – СПб.: 1998. – С.277.

³ Деррида Ж. О почтовой открытке от Сократа до Фрейда и не только. – Минск: 1999. – С.310.

⁴ Фуко М. Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности. – М.: 1996.

⁵ Малахов В.С. Идентичность... – С.161.

⁶ Райкрофт Ч. Критический словарь психоанализа. – СПб.: Восточно-европейский Институт психоанализа, 1995.

⁷ Социология / Под ред. С.А.Ерофеева и Л.Р.Низамовой. – Казань: 2001. – С.61.

и реализуется в пределах действия исторических сил⁸.

В этом же аспекте Ф.Фюреди пишет, что «идентичность есть пассивный побочный продукт истории»⁹.

Г.Бхаба считает, что «люди» всегда существуют в условиях многообразия форм идентификации и в ожидании того, чтобы быть созданными или сконструированными»¹⁰.

С.Жижек отмечает взаимосвязь идентичности с идеологией: «идеологическое пространство содержит несопряженные, несвязанные элементы – «плавающие означающие», сама идентичность которых «открыта» и предопределяется их сочленением в цепочки с другими элементами»¹¹.

По мнению Д.С.Тэрнера, П.Д.Оукса и др. высокий уровень социальной идентичности ведет к деперсонализации восприятия¹².

Впервые понятие «идентичность» стали анализировать философы 18 в. Д.Локк и Д.Юм. В 50-ые гг. 20 в. этот термин завоевал особую популярность в Америке и стал широко использоваться в попытках установить, «кем на самом деле является некто данный». В настоящее время большинство исследователей соглашались между собой в том, что феномен общины устаревает, и современные люди остались без четкого чувства идентичности¹³.

Особую роль в понимании специфики феномена идентичности сыграли работы Д.Мида, Э.Фромма, С.Холла, Э.Эриксона и др. Классическое понимание идентичности предложено С.Холлом, который замечает, что «идентичности... конституируются в рамках репрезентации, а не за ее пределами». При этом подчеркивается отсутствие сущностного «Я», которое впоследствии подвергается выражению или репрезентации. Напротив, субъективность и идентичность «конструируются в рамках дискурса»¹⁴. Холл считает, что культурные идентичности претерпевают постоянные изменения и нужно говорить скорее не об идентичности как о чем-то законченном, а об идентификации,

рассматривая ее как постоянный процесс¹⁵. Особый взгляд на сущность и истоки идентичности и идентификации дает нам символический интеракционизм Дж. Мида¹⁶. По его мнению, Я утверждается только в процессе социального взаимодействия с другими людьми, а идентификация – это процесс называния себя и помещения себя среди социально сконструированных категорий.

По мнению И.Гоффмана, повседневные взаимодействия людей можно сравнить с театром, когда человек в каждой из социальных ситуаций играет предписанные ему роли. Следовательно, человеческое «Я» расчленяется на множество «представительных образов роли», при этом часто встречается глубокое самоотжествление индивида с конкретной ролью¹⁷.

Представители феноменологической линии в социологии знания П.Бергер и Т.Лукман настаивают на том, что мир человеческой личности двойственен по своей природе. С одной стороны, общество действительно представляет собой систему деперсонализированных взаимосвязей; с другой стороны, в процессе взаимодействия личности сами конструируют общество и создают смыслы своих типизированных схем¹⁸.

Э.Фромм рассматривает потребность в идентичности как одну из важнейших человеческих потребностей¹⁹.

Наиболее авторитетная концепция идентичности принадлежит американскому психологу Э.Эриксону. По его мнению, идентичность можно определить скорее как «субъективное вдохновенное ощущение тождества и целостности»²⁰. Идентичность является процессом, локализованным в ядре не только индивидуальной, но и общественной культуры.

Б.Слугоский и Д.Гинзбург выступают против внутреннего, интрапсихического обоснования идентичности человека, предложенного Эриксоном, считая, что язык социализирует личность в процессе речевой коммуникации. Присущее человеку чувство «собственного континуитета» основывается исключительно на

⁸ Gilroy P. *Diaspora and the Detours of Identity*. – London, 1992.

⁹ Furedi F. *Mythical Past, Elusive Future*. – London, 1992.

¹⁰ Rutherford J. *The Third Space: Interview with Homi Bhabha*. – London, 1996. – P.220.

¹¹ Жижек С. *Возвышенный объект идеологии*. – М.: 1999. – С.93.

¹² Тэрнер Дж.С., Оукс П.Дж., Хэми С.А., Дэвид В. *Социальная идентичность, самокатегоризация и группа* // *Иностранная психология*. – 1994. – №2. – С. 52 – 67.

¹³ Plummer K. *Identity* // Outhwaite W., Bottomore T. (eds). *The Blackwell Dictionary of Twentieth-Century Social Thought*. – 1993.

¹⁴ Plummer K. *Identity* – P.4.

¹⁵ Hall S. *Introduction: Who Needs Identity* // Hall S., Gay P (eds.). *Questions of Cultural Identity*. – London, 1996.

¹⁶ Андреева Г.М. *Социальная психология*. – М.: 1999; Делез Ж. *Различие и повторение*. – СПб.: 1998.

¹⁷ Гоффман И. *Представление себя другим в повседневной жизни*. – М.: 2000.

¹⁸ Бергер П., Лукман Т. *Социальное конструирование реальности*. – М.: 1995.

¹⁹ Фромм Э. *Ситуация человека – ключ к гуманистическому психоанализу* // *Проблема человека в западной философии*. – М.: 1988.

²⁰ Эриксон Э. *Идентичность: Юность и кризис*. – М.: 1996. – С.28.

континуитете, порождаемом самим субъектом в процессе «самоповествования» (автонарратива)²¹. Следовательно, идентичность представляет собой характеристику переживания самопринадлежности, уникальности собственного бытия субъекта, которая определяется историческими факторами и формируется через его отождествление с определенными социальными группами. Идентификация – это механизм, с помощью которого идентичность приобретает субъектом или переносится им на другие объекты.

Материалы и методы исследования. Исследование настенных и туалетных граффити проводилось на базе 14-ти высших учебных заведений (основная выборка) и 12-ти различных учреждений начального профессионального образования (контрольная выборка) г. Самары. Соответственно было обследовано 5193 и 992 единиц эмпирического материала (n=6185).

Процедура. Отбирались все настенные и туалетные надписи и рисунки, которые можно идентифицировать как граффити. Граффити – это любая надпись, знак, изображение, нанесенные на предметы частной и общественной собственности, выполненные от руки и носящие неинституционализированный характер. В качестве единицы контекста рассматривалось каждое отдельное неинституционализированное высказывание – граффити.

Эмпирический материал собирался в течение 2000 – 2002 гг. (выборка 1) и 2008 – 2010 (выборка 2) Частота упоминаний категорий и подкатегорий в единицах контекста фиксировалось как сегментарная, тематическая, а не терминологическая. Так, если граффити включало в себя термины, выражающие функцию персональной идентификации, то это высказывание относилось к данной категории независимо от того, сколько раз в высказывании будут фигурировать термины (словосочетания), относящиеся к подкатегории персональной идентификации. Объем упоминаний категорий и подкатегорий контент-аналитического исследования подсчитывался в количестве единиц граффити. При этом фиксировался и подсчитывался: 1) абсолютный объем упоминаний соответствующих категорий и подкатегорий; 2) процент упоминаний категорий и подкатегорий. За отнесение высказывания к главной категории начислялось 2 балла, а к дополнительной – 1 балл.

Контент-анализ включал в себя такие категории, как функции граффити. Обработка результатов осуществлялась вручную с помощью критериев χ^2 Пирсона и углового преобразования Фишера ϕ^* . Теоретический анализ позволил

сформулировать экспериментальную гипотезу о том, что потребность в идентичности является наиболее значимой диспозицией, получающей удовлетворение в ходе создания продуктов неинституционального изобразительного творчества – граффити.

По нашему мнению, правомерно говорить о функциях граффити. Функция, по определению, это – «деятельность, роль объекта в рамках некоторой системы, которой он принадлежит»²². Функция отражает то, для чего предназначена деятельность объекта, а также последствия этой деятельности или ее связь с другим объектом (субъектом). Функции граффити – это особенности существования высказываний-графффити в рамках всей психосемиотической системы граффити. Они отражают надындивидуальные смысловые и социально-психологические особенности надписей и рисунков. Функции граффити – это психосемиотические регулятивы поведения. Критерием отнесения граффити к идентификационной функции служило наличие основного выделяемого объекта, отличного от самого индивида – персонажа, группы, символа при отсутствии негативного отношения к данному объекту. Среди идентификационных граффити встречались как персонажные граффити, так и граффити социальной идентификации и символические идентификационные граффити. Также были выделены две локальные идентификационные функции граффити – социальная (идентификация с социальной группой – индикатором здесь служили надписи, представляющие собой названия социальных групп или стремящиеся подчеркнуть их элитарность) и персональная (имена, клички, наименования персонажей).

Результаты и их обсуждение. Основной массив собранных граффити составили надписи простого, понятного содержания, в то время как рисунков, символов и чисел оказалось мало. Практически не встречались яркие графические изображения, письменная ментальность доминировала над образным рядом. Яркой особенностью многих граффити являлась недосказанность, обрывочность, пропуск слов в предложениях. Преобладали надписи на русском языке, хотя иногда, особенно в учреждениях высшего профессионального образования, встречались надписи на английском языке – языке информационной культуры. В некоторых учреждениях начального профессионального образования преобладали наружные, публичные настенные граффити, в то время как в других – внутренние, личные. В высших профессиональных учебных заведениях настенные

²¹ Ильин И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия. – М.: 1998.

²² Социология – С.283.

личные граффити преобладали над публичными и были менее типизированными, более разнообразными по тематике. Некоторая часть надписей не поддавалась смысловому прочтению. В мужских туалетах встречалось больше изображений телесного низа, чем в женских. Тематика граффити была связана в основном с обозначением себя или какой-то социальной группы, редко встречались граффити-вопросы, диалоги между авторами граффити. Эмпирический материал фиксировался автором в письменной форме и с помощью фотоаппарата.

Граффити, реализующие идентификационную функцию, составили большинство в основной (42,9 %) и контрольной (56,3 %) выборках. Граффити, представляющие собой выражение потребностей их авторов в принадлежности и любви, также оказались самой многочисленной группой неинституционализированных надписей и рисунков – 51,1 % в основной и 61,5 % – в контрольной выборках. Доминирующей функцией в обеих выборках оказалась идентификационная функция ($p < 0,01$), однако при локальном функциональном анализе выяснилось, что выборки различаются по локальной доминирующей функции: в основной выборке это функция социальной ($p < 0,01$), а в контрольной – персональной идентификации ($p < 0,01$). Оказалось, что по социально-идентификационной функции основная выборка превосходит контрольную ($p < 0,01$), а по идентификационной функции в целом ($p < 0,01$), а также по функции персональной идентификации ($p < 0,01$) контрольная выборка превосходит основную. Следовательно, можно говорить о том, что ведущей функцией в обеих выборках является идентификационная функция, но при локальном анализе выясняется, что в студенческой группе доминирует функция социальной, а в группе учащихся – персональной идентификации. Таким образом, для студенческой группы в большей степени характерно стремление к обретению психосоциальной идентичности, маркировка принадлежности к референтной социальной группе, в то время как конструирование психосоциальной идентичности в группе учащихся выступает в латентной форме и направлено на отождествление с группой авторов граффити.

Также было проведено исследование динамики письменной ментальности граффити: выборка 1 (2000 – 2002) сравнивалась с выборкой 2 (2008 – 2010). Вторую выборку составили 3250 граффити, собранных в период 2008 – 2010 гг. Оказалось, что основной функцией в обеих выборках является функция идентификации (42,9 % и 70,5 %), а локальной – в первой выборке – функция социальной (24 %), а

во второй – персональной идентификации (62,2 %). Статистический анализ показал, что во второй выборке в большей степени представлена идентификационная функция ($p < 0,01$), функция персональной идентификации ($p < 0,01$), а в первой выборке – функция социальной идентификации ($p < 0,01$).

Обсуждение результатов. Можно говорить о том, что в целом граффити представляют собой актуальное для современной молодежной культуры массовое социально-психологическое явление, которое служит средством конструирования психосоциальной идентичности авторов граффити в постсовременную эпоху. Трудности в конструировании психосоциальной идентичности в условиях неопределенности социальной категоризации, размывании границ традиционных норм и ценностей обуславливают обращение молодежи к ряду механизмов молодежной культуры, одним из которых и является неинституционализированная изобразительная деятельность авторов граффити. При этом молодые люди через надписи и рисунки конструируют психосоциальную идентичность маргинального характера, так как значительную часть граффити учебных заведений начального и высшего профессионального образования г. Самары составляют надписи, реализующие персональную идентификационную функцию. Обозначение своих имен и инициалов, по нашему мнению, следует интерпретировать, прежде всего, как способ идентификации с определенной большой социальной маргинальной группой, имеющей возрастную и социальную специфику, а именно – с группой авторов граффити.

Результаты исследования показывают, что процессы идентификации с группой авторов граффити в большей степени выражены среди учащихся учебных заведений начального профессионального образования г. Самары, в то время как среди учащихся учебных заведений высшего профессионального образования в большей степени представлены неинституционализированные надписи и рисунки, реализующие функцию социальной идентификации, то есть представляющие собой высказывания, в основном свидетельствующие об отождествлении авторов граффити с какой-либо малой социальной группой и в гораздо меньшей степени – с большими социальными группами, например поклонниками рэпа. Однако и в последнем случае имеет место наличие идентификации с маргинальной группой авторов граффити, так как конструирование психосоциальной идентичности при посредстве определенных социальных групп может осуществляться и без обращения к неинституционализированной изобразительной деятельности, а конструироваться, например, в

реальном общении индивидуумов с помощью словесных высказываний, через изучение норм и ценностей соответствующих социальных групп, введение в свой распорядок дня определенных ритуальных действий, ношение групповой символики и одежды и т.д.

На индивидуальном уровне через граффити индивидуум, прежде всего, получает возможность удовлетворения важнейшей социальной потребности – потребности в идентичности. Возрастающие сложности идентификации психосоциальной идентичности в постсовременную эпоху обуславливают обращение части молодежи к неинституционализированной изобразительной деятельности как средству конструирования психосоциальной идентичности.

Динамика граффити заключается в увеличении числа граффити, реализующих функцию персональной идентификации. По нашему мнению, это свидетельствует о том, что граффити перестают выполнять ряд социально-нормированных функций, характерных для смеховой и официальной культур, а все больше кодируются в информационную систему, где индивидуальное символическо-знаковое выражение становится центральным компонентом психосемиотической системы граффити. В настоящее время основным средством и доминантным типом граффити становится информационная подпись, которая является центральным семантическим сегментом, придающим смысл образно-знаковому ряду психосемиотической системы граффити и, одновременно, представляющим собой зафиксированное в дискурсивном форме стремление индивидуума к интеграции с новой виртуальной информационной действительностью, характерной для постсовременной эпохи.

Заключение. Итак, граффити как социально-психологическое явление представляет собой выражение молодежной контр-культуры. Данная изобразительная деятельность реализуется индивидуумами, мировосприятие которых антагонистично по отношению к социальным ценностям, имеющим институционализированный характер.

Идентичность представляет собой характеристику самопринадлежности, уникальности бытия субъекта, которая определяется историческими факторами и формируется через его отождествление с определенными социальными группами. Идентификация – это механизм, с помощью которого идентичность приобретает субъектом, она, как правило, представляет собой отождествление с каким-либо социальным объектом или группой. При этом специалисты подчеркивают, что психосоциальная идентичность конструируется в рамках определенного дискурса, а конкретные формы ее конструиро-

вания задаются прежде всего историческими социокультурными факторами (М.Фуко, С.Холл, Э.Эриксон), проявляются в реальном социальном взаимодействии субъектов, проигрывааемых ими социальных ролях (Д.Мид, И.Гоффман), при этом потребность в идентичности является одной из базовых человеческих потребностей (Э.Фромм).

В условиях формирования информационного общества, тотальной знаковой информационной среды возникают новые проблемы, важнейшей из которых является обретение человеком собственной идентичности. В условиях возможности выбора большого числа идентичностей человек оказывается в ситуации неопределенности, над ним нависает опасность потерять себя, ощущение своей самоидентичности. В социально-психологическом плане исследовательский акцент смещается с макросоциального анализа на изучение микросоциальных явлений. Происходят процессы универсализации, стирания индивидуальности человека, национальности, этнических черт, даже в рамках одной профессии предполагается выбор одной из альтернативных сфер деятельности. Возрастает неопределенность индивидуальной и общественной жизни. Эти процессы приводят к тому, что человеку в постсовременную эпоху все сложнее обрести идентичность. Отсюда возникает ощущение психологического дискомфорта, опасности, которые личность пытается тем или иным образом снять. В условиях глобализации человек стремится сохранить свою индивидуальность, неповторимость своей личности, мироощущения, бытия.

Собственно граффити представляют собой феномен современной молодежной культуры, массовое социально-психологическое явление, которое служит средством конструирования психосоциальной идентичности авторов граффити в постсовременную эпоху. Граффити являются одним из способов конструирования психосоциальной идентичности в условиях существования человека в тотальной знаковой информационной среде.

Таким образом, специфика знаково-символического опосредования психосемиотической системы граффити в настоящее время представляет собой переходный процесс от традиционных форм смеховой культуры, связанной с материальной телесным низом к новым формам знаково-символического опосредования информационной культуры.

RESEARCH ON IDENTITY OF GRAFFITI AUTHORS

© 2011 A.I.Belkin^o

Samara State Academy of Social Sciences and Humanities

Results of theoretical and empirical studying of a psychological phenomenon of designing psychosocial identity in an information society are presented. The research was made on sample of 6185 graffiti, the results confirm that graffiti represents a psychological phenomenon of designing psychosocial identity.

Keywords: graffiti, identity, identification, functions of graffiti, an information society, culture.

^o Anton Igorevich Belkin, Chair of the general and applied psychology. E-mail: rotati@mail.ru