

Artykuły teoretyczne i historyczne

Теоретические и исторические статьи

Анна В. Конева

Санкт-Петербургское отделение Российского института культурологии

Идентичность и образ. Философско-социологический анализ

Tożsamość a wizerunek. Analiza filozoficzno-socjologiczna

Заявленный в заглавии термин «политики идентичности» не вполне можно считать точным термином. Скорее, это концепт современного гуманитарного дискурса, который появился благодаря дебатам политической философии с культурологией. Политический контекст, изначально заданный концептом, очевидно, недостаточен для рассмотрения вопроса об идентичности, как бы ни был он поставлен. Замечу, что термин «имидж» изначально также возник как концепт политического дискурса и до сих пор имеет это значение. Для современной гуманитарной науки вопрос об идентичности раскрывается в контексте связи самоопределения субъекта с философскими основаниями картины мира. Философские истоки понимания политик идентичности находятся в плоскости анализа вопросов самосознания и природы субъективности¹. В данной статье акцент будет сделан на трансформацию концепта идентичности и политик как стратегий самоопределения через призму идей современной культуры. Помимо теоретического, будет рассмотрен аспект реальных культурных практик идентификации, что позволяет, на мой взгляд, понять структуры идентичности и сущности идентификационных практик. Понятие идентичности появилось в США в 60-е г. под влиянием идей П. Бергера и Т. Лукмана, а также социологии И. Гоффмана².

¹ С. Taylor, *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*, Cambridge 1989.

² См. P. Berger, T. Luckmann, *The Social Construction of Reality* (П. Бергер, Т. Лукман, Социальное конструирование реальности, пер. с немецкого Е. Руткевич, Медиум, Москва

Концепт «идентичность» возникает как конструкт научного дискурса, чтобы объяснить, каким образом субъективность себя определяет средствами социальных представлений. Обзор концепций идентичности может занять много места, однако стоит вспомнить некоторые отправные моменты формирования дискурса идентичности. Впервые понятие идентичности было детально проанализировано в работах Э. Эриксона³, все дальнейшие исследователи, так или иначе, соотносились с его концепцией. Он же вводит в сферу общественных наук понятие кризиса идентичности, возникающего в условиях глубоких общественных трансформаций. Дальнейшая разработка теоретического поля связана со становлением символического интеракционизма, не только работ уже упоминавшихся П. Бергера и Т. Лукмана, и исследований схем влияния общества на процессы идентификации индивида И. Гоффмана, но также анализ структуры идентификации, зависимости идентификации от социального пространства и времени, системы социальных институтов и т.д. Для описания процессов идентификации было заимствовано понятие самости (*self*) (Дж. Мид, У. Джеймс, Ч. Кули), идентичность стала рассматриваться как двойственная, личностная и социальная⁴. Здесь необходимо отметить важность понятия Другого для определения самости (то есть построения идентичности) – индивид формирует себя таким, каким его видят другие (Дж. Мид), подчеркивается коммуникативный характер идентичности, ее неразрывная связь с интеракцией и восприятием образа другого (то есть во-ображением). Идентичность, изначально, по Эриксону, непрерывная и близкая к кантовскому единству апперцепции, стала пониматься как система типизаций, внешних и внутренних, которые задают индивиду сетку ценностных координат и паттернов самовосприятия.

От понятия социальной идентичности оказался всего один шаг к построению понятия идентичности политической. В политическом контексте этот концепт стал использоваться для самоутверждения различных группировок, этнических, религиозных, субкультурных. И в этом контексте идентичность

1995, с. 323); И. Гоффман, Представление себя другим в повседневной жизни, пер. с англ. и вступ. статья А.Д. Ковалева, Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, Москва 2000, с. 304; E. Goffman, *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*, Paperback, New York 1966, p. 248.

³ См. Э. Эриксон, Идентичность: юность и кризис, Издательская группа „Прогресс“, Москва 1996, с. 344; E.H. Erikson, *Psychosocial Identity* [in:] *A Way of Looking at Things. Selected Papers* (ed. by Schlein), New York 1995; E.H. Erikson, *The problem of ego-identity*, „Journal of the American Psychoanalytic Association” 1956, No. 4; E.H. Erikson, *Identity and the life circle*, New York 1959, p. 171.

⁴ См. например: J.C. Turner, *A self-categorization theory* [in:] J.C. Turner et al. (eds.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*, Basil Blackwell, Oxford 1987; C. Antaki, S. Widdicombe, *Identities in Talk*, Sage Publication, 1988; В.А. Ядов, Социальная идентификация личности, Институт социологии РАН, Москва 1993, с. 168.

стала трактоваться уже не как дискурсивный прием, а как феномен реальности. Причем, как феномен, предшествующий рефлексии, в том числе и процессу самоидентификации: есть некая идентичность этнической или политической группировки, и она сама задает систему представлений и предоставляет формы идентификации. Так термин стал инструментом пропаганды, идеологическим конструктом, который стал трактоваться как доминанта групповой (социальной) идентификации, этнической, гендерной, возрастной или профессиональной.

В последнее время противопоставление социальной и личностной идентичности, традиционное для теорий социальной идентичности и самокатегоризации, подвергается критике. Так, Г. Бриквелл⁵ доказывает, что личностная и социальная идентичности являются просто двумя полюсами в процессе развития личности. Критично относятся к идее противопоставления личностной и социальной идентичности сторонники теории социальных репрезентаций С. Московичи, В. Дойс⁶. Сторонники постнеклассического подхода к теории идентичности вслед за Б. Андерсеном⁷ используют понятие воображаемого сообщества для описания механизма групповой идентификации. П. Бурдьё⁸ попытался вернуть идентичности изначальный научный смысл, исследовав ее в контексте борьбы за власть. Согласно Бурдьё любые идентичности могут пониматься только через призму борьбы за власть, саму идентичность он понимал как образ нормы, которая соответствует запросам группы, обладающей властью.

В целом, мы можем констатировать борьбу двух «образов» – не хотелось бы говорить «понятий» – идентичности, «естественного» и «конструктивистского». Причем оба эти образа апеллируют к ценностно-нормативной составляющей понятия идентичность, поскольку трактуют ее как складывающуюся на основе властных запросов и систем социальных представлений.

В современности более актуальным становится исследование идентичности не как результата действия типизаций и воображаемых схем, а как нарратива или перформанса. Этот подход родился из постколониальных исследований, где роль языка и ритуала исследовалась как одна из ключевых

⁵ G.M. Breakwell, *Integrating paradigms, methodological implications* [in:] G.M. Breakwell, D.V. Canter (eds.), *Empirical approaches to social representations*, Clarendon Press, Oxford 1993.

⁶ См. S. Moscovici, *Notes towards a description of social representation*, „European Journal of Social Psychology” 1988, vol. 18, p. 211–250; С. Московичи, *Век толп: Исторический трактат по психологии масс*, Москва 1996; W. Doise, *Social representations in personal identity* [in:] S. Worchel, J.F. Morales, D. Paez, J. De-schamps (eds.), *Social identity: International perspective*, Sage Publications, New York 1998, p. 13–25.

⁷ См. Б. Андерсон, *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*, Канон-Пресс, Москва 2001.

⁸ См. П. Бурдьё, Р. Шартье, *Люди с историями, люди без историй*, «Новое литературное обозрение» 2003, № 60, <http://www.nlo.magazine.ru> (дата обращения: 05.02.2012).

в построении и актуализации идентичности. М. Сомерс и Г. Гибсон выделили четыре измерения нарратива: онтологический, публичный, концептуальный и мета-нарратив⁹. Важным для изменения отношения к проблеме идентичности стало понимание того, что «социальные идентичности конституируются нарративностью, социальное действие направляется нарративностью, а социальные процессы и взаимодействия – как институциональные, так и межличностные – опосредуются нарративностью, обеспечивает нас способом понимания постоянного присутствия особых идентичностей, которые при этом не являются универсальными»¹⁰. Как отмечает Г. Миненков¹¹, идентичность – «не свойство, а отношение, результат принципиально открытого процесса идентификаций».

Перформативную природу идентичности раскрыл Х. Баба¹², он же первым стал рассматривать перформатив идентичности через призму нарративов. Идентичность стала рассматриваться как продукт коллективного воображения, искусственная конвенциональная конструкция, продуцируемая посредством дискурсивных практик. Как нарратив или перформанс, коллективная идентичность не является целостно-непрерывной. Она фрагментарна, разорвана, дискретна. Ю. Кристева подчеркивает важность присутствия образа «другого» и «других» в коллективной идентичности. В терминологии М. Фуко, любая идентичность строится в зависимости от конструкции «образа другого», поэтому любая идентичность строится всегда в зазоре между культурами, в промежутке, складке¹³. Множественность идентификаций открывает путь к постижению множественности идентичности(тей) – что выражается в огромном количестве концепций актуализации различных планов реальности: «множественный субъект» (В. Вельш)¹⁴ и «мозаичная идентичность» (*patchwork identity*) (Х. Койп)¹⁵. Актуальным для современной культуры становится вопрос о том, каким образом субъект формирует собственную идентичность и какая роль отводится в этом процессе самоопределения различным областям реального (повседневности,

⁹ M.R. Somers, G.D. Gibson, *Reclaiming the Epistemological "Other": Narrative and the Social Constitution of Identity* [in:] C. Calhoun (ed.), *Social Theory and the Politics of Identity*, Blackwell, Cambridge 1994.

¹⁰ Там же, с. 65.

¹¹ Г. Миненков, Концепт идентичности: перспективы определения, <http://old.belintellectuals.eu/discussions/?id=68> (дата обращения: 23.12.2012).

¹² См. Н. Bhabha, *The Location of Culture*, Routledge, New York 1999.

¹³ М. Фуко, Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы, Москва 1999.

¹⁴ W. Welsch, *ICH ist ein anderer. Auf dem Weg zum pluralen Subjekt* // Frauen-Welten, *Marketing in der postmoderner Gesellschaft – ein interdisziplinärer Forschungsansatz*, Düsseldorf 1993, с. 282–317.

¹⁵ Н. Keupp, *Auf dem Weg zu Patchwork-Identität*, „Verhaltenstherapie und psychosoziale Praxis“ 1988, № 4, p. 425–438.

искусству, политике и т.п.)¹⁶. Как только мы обращаемся от теоретических рассуждений к исследованию областей реального, мы вынуждены идентичность визуализировать, признать ее телесность, вещественность. Здесь важными вновь оказываются теоретические идеи П. Бурдьё о символическом конструктивизме, практических стратегиях и символических практиках борьбы за символическую же власть. Г. Миненков замечает, что «процесс формирования идентичностей становится рынком»¹⁷, работа П. Бурдьё¹⁸ «Различие» (*La distinction*) позволяет увидеть идентичность как результат практики различения, что вновь обращает мысль исследователя к философскому бэкграунду.

Для изучения идентичности в контексте современности исключительно важна роль постструктуралистской философии, благодаря которой идентичность стало возможным рассматривать как неявную целостность, нарратив или перформанс, фиксировать ее дискретность и зависимость от социального воображаемого, изучать как практику и не терять при этом связи с процессами, детерминирующими современную культуру.

Для современной философии и культуры Различие стало парадигмальной характеристикой¹⁹. Понятие Различия исследуется и Ж. Деррида, и Ю. Кристевой, и Ж. Бодрийяром, и социологами во главе с П. Бурдьё. Однако для понимания Различия как такового необходимо, на мой взгляд, обратиться к Ж. Делезу. Делез в работе «Различие и повторение» показал, что философия на протяжении веков работала с различием, основанным на тождестве, и не искала различия как такового, лишь выделяла различие специфическое – *differentia specifica* – которое определялось через указание на род. «Специфическое различие никак не представляет собой универсального понятия для всех особенностей и поворотов различия (то есть Идеи), но отмечает частный момент, когда различие лишь согласуется с понятием вообще»²⁰. Такое различие подлинным различием не является, оно лишь фиксирует отличные, специфические признаки того или иного, и требует – как сказал бы Платон – практики узнавания, то есть пред-знания. А значит, как подчеркивает В.А. Конев²¹, не операции различения, а операции объеди-

¹⁶ Об этом см. например: К. Eder, *Kulturelle Identität zwischen Tradition und Utopie*, Frankfurt am Main – New York 2000, p. 254.

¹⁷ Г. Миненков, Концепт идентичности: перспективы определения, <http://old.belintellectuals.eu/discussions/?id=68> (дата обращения: 23.12.2012).

¹⁸ P. Bourdieu, *La distinction*, De Minuit, Paris 1979.

¹⁹ См. А.В. Конева, Век XXI: глобальный мир и культура Различия // Философия. Общество. Культура: сб. науч. статей, Изд-вл «Самарский университет», Самара 2007.

²⁰ Ж. Делез, Различие и повторение, пер. с фр. Н.Б. Маньковской, Э.П. Юровской, ТОО ТК «Петрополис», 1998, с. 49.

²¹ В.А. Конев, Монологи в диалоге о едином и различии, «Международный журнал исследований культуры» („International Journal of Cultural Research“) 2010, № 1, с. 66.

нения, присоединения того, что обнаружено как отличное к тому, что уже известно. Именно так работает тот конструкт идентичности, который выше был обозначен как идеологический – когда идентичность пред-задана, и оказывается определенным образом нормы в пределах желаемого властью. Делез показал, что «во всей предшествующей философии не определялось различие как таковое, а определялось понятие чего-то, которое и указывало на отличительные признаки этого. Философы работали с различием, но не знали различия, как небезызвестный Журден говорил прозой, но не знал, что такое проза. Необходимость понимания различия как такового возникает, как уже было сказано, тогда, когда заходит речь не о видовых различиях, которые осмысляются на фоне тождества рода, а о родовых различиях, которые уже не могут быть подведены ни под какое тождество, кроме одного – все они есть. Но бытие, как известно, не может служить определением, однако оно не может и быть равнодушным к определяемому»²². Бытие, таким образом, выражает себя в различии и, одновременно, в тождестве. При этом тождество доступно познанию (логике), а различие остается на долю опыта, практик, прежде всего, чувственного опыта, так, Делез употребляет выражение «чувство разного» и утверждает, что его «нужно мыслить как создающее разное»²³.

И тогда возникает вопрос – как возможна идентичность на основании различия? И возможна ли она вообще, или, в рамках парадигмы Различия современной культуры мы будем лишь констатировать кризис идентичности, ее утрату, распад и конец? Противопоставление мышления, как основанного на операции мышления тождества, и бытия различия, как основания создающего действия, приводит Делеза к выводу, что мы вынуждены мыслить и чувствовать различие и когда речь идет об индивидуальных различиях, и когда речь идет о том, что Делез называет «полем индивидуации», которое само должно мыслиться как индивидуальное различие²⁴. Таким образом, операция идентификации оказывается одновременно утверждением тождества и констатацией различия, но идентичность сама по себе оказывается (и может быть помыслена) различенной, поскольку она, в терминах «Различия и повторения», может быть определена как «совокупность упаковывающих и упакованных интенсивностей, индивидуализирующих и индивидуальных различий, непрерывно проникающих друг в друга сквозь поля индивидуации»²⁵. В такой системе важным оказывается Другой, который также должен мыслиться и представляться в категориях индивидуации, ведь он является условием восприятия различных объектов. Так философия

²² Там же, с. 70.

²³ Ж. Делез, *Различие и повторение*, с. 277.

²⁴ См. там же, с. 305–306.

²⁵ Там же, с. 309.

параллельно с социологией и психологией обнаруживает коммуникативный потенциал идентичности. Другой, согласно мысли Делеза, это структура восприятия мира вообще, структура, обеспечивающая возможность различия как основания идентификации: «структура-другой обеспечивает индивидуацию воспринимаемого мира»²⁶. Получается, что Различие не мыслится, но воспринимается и представляется. Идентичность представлена и, более того, она постоянно воспроизводит себя в представлении, в репрезентации. Это и позволяет судить об идентичности как нарративе и перформансе, драма которого в постоянном преодолении противоречий, включении несущественного в сферу представленного и помысленного, придания несущественному значимости.

Выходя из сферы философии в сферу культурных практик, идентичность оказывается перед задачей утвердить собственную Идею в поле динамичного различия, в поле расширенного выбора – что требует выработки стратегии или политики идентичности. Делез подчеркивает, что «репрезентация требует, чтобы каждая индивидуальность была личной (Я), а каждая особенность индивидуальной (Мыслящий Субъект)»²⁷. Структура-другой в поле различия тоже обретает идентифицирующие черты, определяя репрезентацию не только через различие, но и через тождество. Если идентичность Я (личная) может быть определена как тождество различия, то групповая идентичность через причастность к другим – как различие тождества.

Действительно, идентичность представлена только как идентичность социальная, контекстом ее перформанса оказывается социум, а ее нарратив детерминирован контекстом культуры. Говоря о групповой идентичности, мы попадаем в поле дискурса, в котором принято рассуждать о кризисе идентичности, нивелировании индивидуальности современной культурой, в конце концов о девальвации ценностей и ценностном вакууме. В культуре, которую я бы назвала пост-потребительской, происходят процессы трансформации схем идентификационных процессов, которые могут быть поняты только в соотнесении их с процессами, сформировавшимися в культуре потребления. Ф. Джеймсон пишет: «Разнообразные политики Различия, присущего разнообразным политикам групповой идентичности, стали возможны только в силу тенденционного нивелирования социальной Идентичности обществом потребления»²⁸. Однако что означает, что социальная идентичность нивелируется обществом потребления? Каким образом и почему это происходит и как влияет на стратегии идентификации и, в конечном счете, на ценностную динамику?

²⁶ Там же, с. 338.

²⁷ Там же, с. 333.

²⁸ F. Jameson, *On 'Cultural Studies'* [in:] J. Munns, G. Rajan (eds.), *A Cultural Studies Reader. History, Theory, Practice*, New York 1995, p. 632.

Для современного дискурса уже стало общим местом говорить о полифонической, дрейфующей, разорванной и множественной идентичности. Но означает ли это тотальную шизофрению, погубившую целостную личность и означает ли дестабилизацию системы ценностей? На мой взгляд, здесь нужно различать два аспекта.

С одной стороны, это базовая идентичность, основанная на структурах телесных схем (габитус). Эта идентичность, не рефлекслируемая в повседневности. Здравый человек в уме и твердой памяти оставляет «контроль за телом» вне рефлексивности, выполняя привычные действия и сдерживая свои физиологические реакции, при этом сохраняя способность чувственных переживаний и удовольствий. И здесь черта идентичности тождество. Это различенная тождественная самой себе идентичность, которая является основанием и условием всех культурных практик.

С другой стороны, это базовая социальная идентичность, которая зависит от идентификационных практик конкретной культуры. Джеймисон вообще полагает, что все эти «дрейфующие» идентичности являются формой репрезентации или неузнавания базовой социальной идентичности, он называет ее «автономным Эго».

Получается, что базовая идентичность или автономное Эго – это чистая способность деятельности. С этим можно согласиться, поскольку именно способность деятельности лежит в основании социальности. Более того, способность деятельности, как указано выше, строится по принципу Различия. Чистая деятельность утверждает бытие, и это есть бытие культуры. Таким образом, идентичность как различие – это идентичность социальная, чистая деятельность.

При этом автономия Эго теснейшим образом связана с его телесными практиками, в том числе идентификационными и репрезентативными – образ тела выстраивается в зависимости от допустимых норм трансформации культурной традиции. Тогда становится понятно, почему Джеймисон апеллирует к трансформациям базовой социальной идентичности в эпоху культуры потребления – в эпоху господства моды, зрелища и медиа. Речь не идет о разрушении системы ценностей или вакууме как зиянии отсутствия. Напротив, речь идет о принятии ценностей культуры через личный опыт, о своего рода интерьоризации ценностей, и связанных с этим трансформациях. Идентификационные практики зависят от форм репрезентации, от форм фиксации культурного опыта, которые в современности подвергается весьма существенным трансформациям.

Эти трансформации связаны с тем, что изменяется сама структура деятельности, сначала человек стал потребителем (о чем написано много страниц), а на рубеже XXI столетия человек из потребителя превращается в пользователя, прежде всего потому что обладает доступом к такому информационному ресурсу, который не может потребитьприсвоить (перевести

из структуры Чуждого в структуру Собственного²⁹), то есть не может осуществить операцию идентификации с потоком информации через операцию тождества.

Здесь вступает в действие структура-другой Делеза, но, если можно так сказать, «в отрицательном смысле». Если речь идет о том, что имеет отношение к другому человеку, то идентификационные практики не могут быть рассмотрены однонаправленно. До этого тезиса философия додумалась уже давно и главная заслуга здесь принадлежит Э. Левинасу. Левинасовский концепт «лицо Другого» породил целый спектр новых философских смыслов, не мог не повлиять этот концепт и на понимание идентичности. Феноменология с ее методологией исследования сознания как интенционального и бытийствующего (Э. Гуссерль) в «лице Другого» Левинаса нашла свою контринтенциональность. Это то, что остается невидимым, неразличимым, в конечном счете – непредставленным, и это всегда остается в другом человеке, а также в себе самом. То есть из практического оперирования структурой-другим изымается операция утверждения – всегда есть слишком много разного (что мы, по Делезу, вынуждены чувствовать), что не поддается утверждению, отождествлению. Таким образом, структура-другой постоянно ставит идентифицирующее себя Я перед выбором, причем не альтернативным, а перед полем выбора.

Вот тут вырисовывается интересная, на мой взгляд, проблема идентификационных практик и политик идентичности информационного общества. У нашего современника степень свободы по отношению к выбору культурных практик, а, следовательно, и норм, и ценностей, существенно возрастает. Соответственно возрастает количество актуально действующих идентификационных «матриц» или «паттернов» – и возрастает дистанция по отношению к Другому, по отношению к объекту. Об этом писал Мануэль Кастельс, замечая, что дистанцирование от объекта обостряет воображаемые ощущения³⁰. Это брошенное вскользь упоминание воображаемых ощущений, на мой взгляд, важно, и его нужно зафиксировать. Потому что за воображаемыми ощущениями стоят изменения в отношении к первичной базовой идентичности собственной телесности. И связаны они с трансформациями социальной реальности. У Кастельса в этой связи есть теория изменения биологических ритмов, которые согласуются, в том числе, и с потоками информации, отсюда вполне логично было бы перейти к рассуждениями об изменении телесности как таковой, об изменении образов базовой идентичности, таких как возраст, пол, профессия.

²⁹ Об этом см. Е.Э. Сурова, Идентификационный принцип в культуре, «Международный журнал исследований культуры» („International Journal of Cultural Research“) 2010, № 1.

³⁰ М. Кастельс, Информационная эпоха, <http://mashka-inc.narod.ru/books/castels.html> (дата обращения: 10.10.12).

Вслед за Е. Суровой я бы определила суть этих изменений как трансформацию идентификационной модели: «Происходит переход от «образа жизни» к «стилю жизни», выстраивающему новую идеологию человеческого существования посредством целостности существующих стереотипных форм»³¹. Идентификационную модель автор определяет как образную систему, в рамках которой формируются идеализированные ценностные позиции, соответствующие наличествующей эпохе. Они включают в себя базовые ценности, специфику и интенсивность вероятных ценностных и нормативных тенденции, приоритетные образы презентативных практик, структуру взаимодействия порядков Собственного и Чуждого, Внутреннего и Внешнего и т. д. И они оказываются тактиками выстраивания идентичности в рамках фреймов социального взаимодействия³². Таким образом, изменяется не только базовая личная идентичность, но и социальная идентичность, фреймы социального взаимодействия, которые вовлекают индивида в деятельность и определяют нормативы интеракции.

Модель «образ жизни» опиралась на статичные устойчивые нормативы и ценностные установки – то есть идентификационная модель работала по принципу тождества, она существовала как продукт коллективного воображения, искусственная конвенциональная конструкция, продуцируемая посредством дискурсивных практик. Образ жизни складывался, в зависимости от социального положения, которое индивид занимал в обществе. Параметры этой идентификационной модели были достаточно стабильны, такие реперные точки идентичности как пол, возраст, профессия, конфессиональная принадлежность, идеология, играли огромную роль. Способы построения имиджа в рамках этой модели были просты, и внешний облик, имидж играл роль узнавания, осуществлял операцию присоединения, тождества. Эта модель складывалась в рамках культуры производства-потребления, именно она породила моду как социальное явление крупного масштаба, осуществляющее, в первую очередь, дифференцирующие функции. Образы тела и имидж как репрезентация служили в культуре производства-потребления символом статуса. Ж. Липовецкий³³, анализируя историю европейской моды, обращает внимание на то, что схема социальной изменчивости, которая была ключом к пониманию моды практически во всех предшествующих теориях, от Г. Тарда и Г. Зиммеля до Ю. Кавамура и Свендсена, не способна объяснить изменчивости моды, ее главного качества. Липовецкий утверж-

³¹ Е.Э. Сурова, Идентификационный принцип в культуре, «Международный журнал исследований культуры» („International Journal of Cultural Research”) 2010 № 1, с. 9.

³² См. И. Гоффман, Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта, Ин-т социологии РАН, Москва 2003, с. 752.

³³ Ж. Липовецкий, Империя эфемерного: мода и ее судьба в современном обществе, пер. с фр. Ю. Розенберг, н. ред. А. Марков, НЛЮ, Москва 2012, с. 336.

дает, что в истории моды доминирующую роль сыграли ценности индивидуальности. Соглашаясь с главным тезисом об усилении роли индивидуальности в истории культуры, я хочу подчеркнуть, что в контексте образа жизни мода выступала инструментом создания стабильного имиджа, который демонстрировал статус и благосостояние. Демонстрация ценности индивидуального была включена в рамки устойчивого, одобренного обществом имиджа-репутации, который обеспечивал тождество идентичности в допустимых рамках различия.

Ярким примером того, как работала идентификационная модель «образ жизни» может служить индустрия звезд, породившая, помимо ярких образов самих звезд, и востребованную профессию их создателей. Создатели политического имиджа также стали профессионалами, а сам имидж – продуктом, который имел свои рынки сбыта и маркетинговые стратегии продвижения. Имидж, который трактуется как единица коммуникативного пространства, выступает визуализацией поля символических смыслов образа жизни. Имидж создается как репутация – он стабилен и долгоиграющ, практически несменяем на протяжении долгого времени. Причем в данном случае образ жизни может иметь разные степени «расширения» – от голливудского блеска киноимперии до образа жизни Страны Советов с его руководителем, стучавшим башмаком по столу Н.С. Хрущевым. Отмечу, что в рамках модели «образа жизни» также происходили существенные трансформации восприятия имиджа и, соответственно, его конструирования. Связано это было с повсеместным распространением телевидения, которое потребовало не только от актера, но от любого публичного человека владения актерским мастерством, умения демонстрировать позитивные жизненные качества, спонтанность правильной реакции и ряд других навыков, которые подробно исследуются имиджелогией. Однако не телевидение стало толчком к становлению новой модели идентификации. Смена идентификационной модели связана с формированием новой системы фиксации культурного опыта, становлением Интернет, нового типа коммуникации, преобразившего информационную среду. С развитием новых мощностей информационных потоков и включением опции интерактивности символический мир стал преобладать над информационным.

Становление новой идентификационной модели «жизненного стиля» происходит, когда статичная модель идентичности сменяется динамичной. Понятие жизненного стиля демонстрирует ценности индивидуальности, которая не осуществляет операцию тождества, каждый раз заново демонстрируя себя как различие. Жизненный стиль оперирует чистой культурной деятельностью утверждения себя как уникального культурного субъекта. Разумеется, эта идентификационная модель также оперирует стереотипными формами, выстраивая идеологию на основе этих сложившихся социальных стереотипов, коллективных представлений – то есть осуществляет иденти-

фикацию в пространстве социального воображаемого, которое само подвижно. Но в отличие от модели образа жизни, которая выстраивается как нарратив и по законам риторики, новая идентификационная модель получает репрезентацию как перформанс.

Выстраивание идентичности происходит согласно конструктивным особенностям выстраивания имиджа, но не имиджа-репутации, а имиджа-презентации – идентичность более не является внутренним имманентным переживанием целостности, но становится репрезентацией и всюду пользуется средствами выражения и визуальными практиками. Смена имиджа, а не его постоянство теперь становится залогом публичной популярности, умение быть разным, демонстрировать спонтанность реакций и формировать каждый раз новый мейнстрим оказывается тем символическим капиталом, который наиболее востребован. Главная ценность моды – новизна – становится ценностью всей современной культуры, и процессы идентификации тоже определяет именно ценность новизны. Пусть ингредиенты имиджа будут теми же самыми, но если композиция новая – это уже оказывается легитимировано социальным признанием.

Парадигма Различия, определяющая современную культуру, ставит акцент на визуальную презентацию, вместо различий сущностных на первый план выходят различия демонстрируемые («общество спектакля», Г. Дебор). Демонстрация различия есть его утверждение через коды культурной деятельности. И именно поэтому существенно изменяется сам механизм функционирования моды. В культуре пост-потребления мода перестает быть диктатором, она не предлагает более новые формы, но предлагает новые имиджи, которые могут изменяться согласно требованиям ситуативной самопрезентации. Коды моды служат теперь формами идентификационных практик³⁴, они задают стиль жизни как способ демонстрации индивидуальности и формируют новый тип сознания, «подиумное сознание». А также новую систему ценностей, в которой подвергаются сомнению и уничтожаются те идентификационные опоры, которые были существенны для идентификационной модели тождества.

Знаковым понятием для современной культуры становится не только новизна, но и креативность. Причем понятие креативности выходит за пределы творчества как искусства и даже за пределы творческих индустрий, это качество становится чуть ли не главным в описании любых стратегий успеха. Если позволить себе небольшое отступление в рассмотрение природы творчества, то можно сказать, что современная культура символически репрезентирует грань между Мастером и Талантом, если понимать первый

³⁴ См. А.В. Конева, *Мода: презентация индивидуальности и коды идентификации*, «Международный журнал исследований культуры» („International Journal of Cultural Research”) 2010, № 1, с. 138–143.

как владение каноном (нормой), а второе – как открытие в рамках нормы новых перспектив. Идентификационная модель стиля жизни дает каждому инди-виду навык идентифицировать себя как талант. Ценностная база новых по-литик идентичности – новизна и креативность.

Это касается базовой идентичности – как телесной, так и социальной. Е. Сурова, описывая жизненный стиль, подчеркивает, что новая идентификационная модель игнорирует исходные принципы социальной идентификации, прежде всего половой и возрастной³⁵. Мы видим изменение отношение к полу и возрасту. Половая идентификация проходит в дискурсе гендерных стратегий. Возраст и вовсе перестает быть частью идентичности, современная культура постулирует идеал вечной молодости, а старость начинает восприниматься как болезнь. Соответственно, мы видим бодрых пенсионеров, ведущих здоровый образ жизни и погибающих в 92 года от удара о скалу во время занятий серфингом, а также не женщин или мужчин, а бизнесменов, политиков, ученых, которые не соотносят свою – в данном случае профессиональную – идентификацию с полом, а только с креативностью и профессиональным мастерством.

Идентичность телесного образа, конечно, влияет на техники имиджа. Базовые составляющие дизайна имиджа остаются прежними, но вместо символа статуса имидж сегодня демонстрирует нам ситуативные способы репрезентаций, он является форматом построения актуальной роли индивида в тех или иных сообществах или ситуациях, то есть по сути – средством демонстрации различий. Таким образом, анализируя идентификационную модель стиля жизни, можно утверждать, что она меняет стратегии самоидентификации, которые становятся акциями самопрезентации. Поясняющим понятием здесь станет модное понятие «формат»: «формат задает ту степень вовлеченности, которая является приемлемой и те формы коммуникации, которые признаны... Подиумное сознание заинтересовано в управлении впечатлениями – оно оперирует кодами-фреймами, действует в рамках заданного формата – это удастся ему, потому что оно является эстетизированным сознанием, которое работает не с собой, а над собой – делает себя, чтобы презентовать (в заданном формате), создать социально значимый имидж»³⁶.

Если рассмотреть идентичность в ее отношении к тем структурным порядкам воображаемого, которые ее конструируют – Я-Другой, Собственное-Чуждое, Внутреннее-Внешнее – то получится, что вместо идентификации как меры должного в рамках традиции, идентичность начинает выступать как адаптивная структура, структура различия. И в отношении ценностной динамики идентификационной модели мы видим смещение акцента

³⁵ Е.Э. Сурова, Идентификационный принцип ..., с. 9–10.

³⁶ А.В. Конева, Мода: презентация индивидуальности ..., с. 141.

с должного на возможное, с традиционного на новое, с типичного на индивидуальное. Новый тип сознания, «подиумное сознание», и новая идентификационная модель, «стиль жизни», заданы спектром бесконечных возможностей.

Таким образом, констатируя смену идентификационной модели, можно констатировать и смещение в понимании идентичности с формы существования устойчивого образа Самости на свободное креативное утверждение Самости в процессе идентификационного перформанса. Политики идентичности, тем самым, находят новые средства выражения через дизайн имиджа, получая в распоряжение не только средства презентации (коды моды и фреймы формата), но также легитимацию возможного как поля демонстрации различий.

[знаков 35 663]

Artykuł dotyczy zmian pojmowania tożsamości człowieka we współczesnej kulturze. Autorka wskazuje, iż zmiany technologiczne w kulturze współczesnej i pojawienie się nowych form komunikacji przyczyniły się do przekształcenia tzw. statycznego modelu tożsamości w model dynamiczny. Tożsamość jest współcześnie rozumiana jako strategia samookreślenia. Jako zmienna, oznacza tymczasowy „styl życia” związany z kształtowaniem wizerunku wedle obowiązującej mody.

słowa kluczowe: tożsamość, kreatywność, wizerunek, styl życia

The article concerns the changes in understanding of the human identity in the contemporary culture. The author suggests that the technological changes in the contemporary culture and the emergence of new forms of communication contributed to the transformation of so-called static model of the identity into the dynamic model. Nowadays the identity is understood as a strategy of self-determination. As a changeable one, it means a temporary „lifestyle” connected with the shaping of the image according to the current vogue.

keywords: identity, creativity, image, lifestyle