

СИСТЕМА ДЕТЕРМИНАЦИИ ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ТАТУ УСЛУГ

Небалуева А. И.

*бакалавр социологии, студент – магистр 1 курса по программе
«Социология маркетинговых исследований» департамента политологии и
социологии Института социальных и политических наук
Уральского федерального университета имени первого Президента*

*России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург (Россия).*

anna.nebalueva@rambler.ru

THE SYSTEM OF DETERMINATION OF BEHAVIOR IN THE TATTOO MARKET

Nebalueva, A.

*Bachelor of Sociology, the student - 1st year Master's program "Sociology of
marketing researches" Department of Political Science and Sociology of the
Institute of Social and Political Sciences*

*Ural Federal University named after the first Russian President Boris
Yeltsin,*

Yekaterinburg, Russia).

anna.nebalueva@rambler.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье ставится задача рассмотреть систему детерминации поведения на рынке тату услуг. Даны основные определения по теме, краткая история появления услуги тату. Рассматривая татуировку как способ удовлетворения потребности в самовыражении, автор описывает основные элементы системы детерминации: внутреннюю и внешнюю необходимости, потребность, интерес, ценностные ориентации, социальную установку и стимул. Описание внешних и внутренних воздействий, определяющих поведение потребителей на рынке тату услуг, позволяет

перейти к дальнейшему анализу особенностей формирования потребностей на тату услуги.

ABSTRACT

This article seeks to examine the system of determination of behavior in the tattoo market. The article considers the basic definitions of the topic, a brief history of the appearance of a tattoo services. Considering a tattoo as a way to meet the needs of self-expression, the author describes the main elements of the system of determination: internal and external necessity, needs, interests, values, social attitudes and stimulus. Description of external and internal influences that determine the behavior of consumers in the market the tattoo services allows you can go to further the analysis of features of need's formation for tattoo services.

Ключевые слова: татуировка || система детерминации || потребность || тату услуга

Key words: tattoo || the system of determination || need || tattoo service

Несмотря на длительную историю своего существования, татуировка является мало изученным феноменом. Приоритет в исследовании татуировки принадлежит представителям таких наук, как этнография и антропология (Васкевич П. Г., Ф. фон Гельвальд, Гондатти Н. Л., Леббок Дж., Леви-Стросс К., Миддендорф А. Ф., Пилсудский Б. О., Ратцель Ф., Штернберг Л. Я. и др). В книге антрополога, доктора исторических наук Медниковой М. Б. татуировка рассматривается как исторический источник. Такие специалисты как Дубягина О. П., Дубягин Ю. П., Смирнов Г. Ф. исследовали татуировку с точки зрения криминологии.

Барановский В. А., Гришин В. А., Козлов В. В., Парк Д., Павщук Е. Б., Стил В. рассматривают использование татуировки в молодежной среде. В большинстве случаев современные исследования татуировки вращаются вокруг темы восприятия татуированного индивида обществом. Недостаточно исследованы проблемы выбора тем, сюжетов, стилей наносимых рисунков татуировки у современной молодежи.

Изучение тату услуг необходимо начинать с рассмотрения того, что мы понимаем под татуировкой. Само слово «татуировка» впервые было описано английским путешественником Джеймсом Куком, употребившем его в отчёте о путешествии вокруг света, опубликованном в 1773 году.

Этот вид творчества был назван из-за стука, производимого латунными иглами на коже, который на родном языке звучал как «tatau» или «тату» [8]. Слово «татуировка» или его сокращенный вариант «тату» заимствованно из полинезийского языка, и на таитянском наречии означает «рисунок на человеческой коже» [10]. Этнограф Штернберг определил татуировку как неизгладимый знак наряду с некоторыми другими манипуляциями с человеческим телом [5]. Чудинов А. Н. определяет татуировку как «наведение на теле различных неизгладимых рисунков, фигур, посредством накалывания» [9]. Различные исторические и этнографические словари дают следующее определение: «обычай нанесения рисунка на лицо и тело путём введения краски под кожу, обычно связан с инициациями» [11].

Обобщая различные определения, мы можем получить современную трактовку данного явления. Татуировка – это процесс нанесения стойкого рисунка на тело, с помощью введения под кожу красящих веществ; сами узоры на теле, сделанные таким способом.

Татуировки можно рассматривать с нескольких сторон.

Во-первых, как исторически сложившиеся функции: «социального письма» индивида обществу, защитные, магические. В современной культуре тату приобретает ряд других функций: эстетическую и функцию самовыражения. Так, например, К. Леви-Стросс в «Печальных тропиках» описывает виды орнаментов и татуировок на лице и теле с семиотической точки зрения: как текст Другому о своем личном, статусном, имущественном, семейном положении. Например, татуировку в верхней части лица – вокруг глаз и на лбу могли сделать себе только вождь и его семья [3].

Во-вторых, как знаковую форму внешнего представления тела, которая отражает принадлежность индивида к определенной группе.

В-третьих, как способ демонстрации молодежью своего отношения к внешнему миру, средством коммуникации и репрезентации социокультурной идентичности личности.

Далее определим, как мы будем понимать потребность. Потребность представляет собой активность организма, направленную на реализацию имеющейся у него внутренней необходимости [6, с. 149]. В данном случае это потребность в самоутверждении, стремление получить положительную оценку другими своего "я". Татуировка выступает способом реализации данной потребности.

Под услугой мы понимаем действие, выгоду или способ удовлетворения потребности, которые одна сторона предлагает другой. Тату услуги оказывались еще в давние времена. В период III тысячелетия до н.э. начали появляться первые мастера. А в первой трети прошлого столетия в Багдаде были открыты заведения, в которых делали тату на руках. Посетителю предлагался зарубежный проспект, в котором можно было выбрать для себя подходящий рисунок или мотив. До наших дней в Ираке – в городах и деревнях – есть так называемые «дкаки» – мастерицы разукрашивать прекрасную половину человечества [1].

Современная татуировка стала фактически таким же способом самовыражения, как одежда или прическа. Она в какой-то мере символизирует стиль жизни человека, его привычки. Татуировка не только не теряет своей актуальности, а становится все более значимой, так как идентификация личности помогает индивиду перейти из биологического мира в мир социальный, и поэтому она так популярна среди молодежи 18-30 лет.

Система детерминации человеческого поведения представляет собой совокупность тех взаимосвязанных между собой внешних и внутренних изменений, которые вызывают четко определенное действие, в данном

случае человек делает татуировку. Для того чтобы определить особенности формирования потребностей на тату услуги, необходимо выделить саму последовательность и механизмы, которые приводят к совершению действия [6, С. 142].

Рассмотрим каждый элемент системы детерминации.

Поскольку человек – существо социальное, то оценка той группы, в которой он находится, является для него значимой. Наличие данных оценок представляет собой внешнюю необходимость, вызванную социальными условиями существования человека. Получая оценку со стороны группы, человек пытается тем самым привлечь их внимание. Отсюда внутренняя необходимость – это необходимость в общении, признании, оценке. Потребность в самоутверждении. Эта потребность личности имеет много аспектов. Прежде всего, она вызвана стремлением человека получить социальное признание, оценку своей личности, то есть увидеть себя глазами других. Кроме того, развитая форма потребности в другом человеке выступает еще и как потребность в самопознании, самооценке, самовыражении и самореализации. Эта потребность возникает вследствие осознания человеком своей неповторимости, индивидуальности, как «объективная необходимость зарождающейся субъективности быть соотнесенной с другой, но подобной ей субъективной реальностью других индивидов» [2, с. 127-158]. Соответственно, целью выступает повышение своего статуса в глазах окружающих, их одобрение, «принятие», желание выделиться по сравнению с другими.

Для достижения этой цели можно использовать различные способы. Например, через приобщение к социально и (или) личностно значимой группе, общности, которое достигается путем подражания, то есть следования какому-либо примеру, образцу. Подражать можно как в вещах, так и в идеях. К примеру, мода – это подражание во внешнем образе. Человека увлекают не полезность и красота нового, но прежде всего его отличие от других – «немодных», создавая иллюзию приобщения к общности

«мы». В данном случае человек выбирает татуировку как способ реализации своей потребности. Однако существует множество стилей и видов тату. Сделать выбор при таком разнообразии возможно при наличии интереса, который отражается в сознании в виде ценностных ориентаций. Интерес обеспечивает поиск и нахождение способов удовлетворения потребностей. А ценностные ориентации представляют собой систему ценностей, которыми руководствуется субъект при конкретизации выбора. Например, для человека могут быть значимы эстетические ценности или ценности собственного имиджа – моды, красоты и т.д. [4]. Кроме вышеперечисленного, внешним фактором побуждения к конкретной деятельности может выступать определенный стимул. Стимулирование происходит на этапе поиска посредством рекламы на различных сайтах, социальных сетях, форумах и т.д. На рынке тату услуг существенное воздействие оказывает не реклама, сколько может повлиять, как и качество выполняемых работ, квалифицированный персонал, или даже личность самого мастера, так и упаковка услуги (например, интерьер тату салона).

Наконец, прежде чем перейти к социальной установке, то есть внутренней готовности индивида к четко определенным действиям, ему необходимо себя замотивировать. Мотивация представляет собой осознание своей потребности и обоснование выбранного решения для ее удовлетворения себе самому. «Люблю татуировки! Это красиво и модно! Я подчеркну свою индивидуальность! В нее заложен определенный смысл! Недорого! И т. д.». И только убедив себя в правильности и верности своего выбора, человек может перейти к самому действию.

Список литературы

1. Барановский В.А. Искусство татуировки / В. А. Барановский. - Москва: Славянский дом книги, 2002. 320 с.
2. Джидарыш И. А. Психология общения и развития личности. // Психология формирования и развития личности. Москва, 1981, С. 127-158.

3. Леви-Стросс К. Печальные тропики. Москва: Прогресс, 1983. С. 87
4. Лисовский В.Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: Учебное пособие. – Санкт-Петербург: СПбГУП, 2000. – 519 с.
5. Медникова М.Б. Неизгладимые знаки: татуировка как исторический источник / М. Б. Медникова. - Москва: Языки славянской культуры, 2007. – 212 с.
6. Меренков А. В. Человек: взаимосвязь природного и социокультурного. Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2007. С. 149
7. Меренков А. В. Человек: взаимосвязь природного и социокультурного. Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2007. С. 142
8. Татуировка, пирсинг, боди-арт. Практическое пособие. Р. Егоров, Москва, 2006, 272 с.
9. Чудинов А.Н. "Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка", 1910г
10. Davies, H. J. (Herbert John); London Missionary Society Published 1851 p. 258
11. Энциклопедии и словари [электронный ресурс] - Режим доступа: <http://enc-dic.com/>