

Раздел 3. Цивилизационные смыслы российского человека

UDC 316.45

DOI: 10.30936/2227-7951-2018-10-90-100

Е.С. ВОРОБЬЕВА

О ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВАНИЯХ ИЗУЧЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ТАТУИРОВАНИЯ: ОПЫТ ТИПОЛОГИЗАЦИИ

***Аннотация:** В современных обществах татуирование достаточно широко распространено, и в западной социологии исследования этого явления проводятся с середины 80-х гг. XX в. Цель данной статьи – представить типологию основных теоретических подходов западной социологии к этому явлению и выявление их возможностей для постижения его социокультурных смыслов. Основными методами исследования являются анализ источников по теме и их типологизация.*

Выделено пять основных подходов. Первый опирается главным образом на критическую теорию Франкфуртской школы. Второй исследует татуирование с точки зрения теории идентичности. Третий опирается на проблемную область социологии тела. Четвёртая группа социологов анализирует современное татуирование с позиций социологии гендера. Пятый подход рассматривает современное татуирование в понятиях теории культуры потребления.

Представленная в статье типология подходов к анализу татуирования в российской социологии осуществлена впервые.

***Abstract:** In modern societies, tattooing is widespread enough, and in Western sociology studies of this phenomenon have been conducted since the mid-80's. The*

Воробьева Екатерина Сергеевна – научный сотрудник ФНИСЦ РАН(Москва). E-mail: e-vorobieva@yandex.ru.

purpose of this article is to present a typology of the main theoretical approaches of Western sociology to this phenomenon in order to understand its sociocultural meanings. The main research methods applied by author are the analysis of main sources on the topic and the types construction.

Five basic theoretical approaches to analysis of tattooing have been identified. The first approach is based primarily on the critical theory of the Frankfurt School. The second approach examines tattooing from the point of view of the theory of identity. The third approach is based on the concepts of the sociology of the body. The fourth group of sociologists analyzes contemporary tattooing from the standpoint of the sociology of gender. The fifth approach considers modern tattooing in terms of the theory of consumption culture.

The typology of theoretical approaches to the analysis of tattooing in Russian sociology is presented for the first time.

Ключевые слова: татуирование, конструирование идентичности, рефлексивные техники тела, гендер, стратегии потребительского поведения, типология.

Keywords: tattooing, identity construction, reflexive body techniques, gender, consumer behavior strategies, typology.

Введение. Татуирование в современных западных обществах — явление достаточно распространенное. Если в 1989 г. татуировки имели от 4% до 6% взрослого населения США¹, то в 2001 г. число татуированных колебалось в диапазоне от 15 до 20%², а в 2006 г. их численность составляла уже 24%³, в 2015 — 25%⁴.

В России официальная статистика по количеству татуированных отсутствует, и о распространённости явления можно судить по косвенным данным. Как следует из статей и фотографий в СМИ, адептами тату-культуры становятся и молодёжь, и представители самых высоких социальных страт (политики, звёзды кино, спорта и шоу-бизнеса). В целом, судя по ряду источников, татуирование в стране приобрело достаточно широкое

¹ См.: Sanders C. *Customizing the Body: The Art and Culture of Tattooing*. — Philadelphia: Temple University Press, 1989. Steward S. *Bad Boys and Tough Tattoos: A Social History of the Tattoo with Gangs, Sailors, and Street Corner Punks*. — New York: Haworth Press, 1990.

² Atkinson M., Young K. *Flesh Journeys: Neo Primitives and the Rediscovery of Radical Body Modification* // *Deviant Behavior*. — 2001. — P. 22.

³ См.: Laumann A. and Derick A. *Tattoos and Body Piercings in the United States: A National Data Set* // *Journal of the American Academy of Dermatology*. — 2006. — 55 (3). — P. 413–421.

⁴ По данным журнала «To Ink or Not to Ink: the Meaning of Tattoos Among College Students» за 2015 г., татуировку имеет каждый пятый американец. Среди татуированных людей 25% составляют студенты и выпускники колледжей. См.: Dickson L., Dukes R. *ACAD* // *College Student Journal*. — 2015. — Vol. 49. — Issue 1. — P. 106-120.

распространение, и его масштабы продолжают увеличиваться⁵. Отечественные же гуманитарные дисциплины пока только подступают к осмыслению этого феномена, и научные исследования являются единичными и фрагментарными. Между тем, осмысление социокультурных смыслов татуирования утвердилось в западной социологии, начиная с середины 80-х гг. XX в. Данная статья призвана кратко представить типологию основных социологических подходов к исследованию этого феномена и их теоретические истоки⁶.

Типология теоретических подходов к изучению современного татуирования. Структурирование и типологизация исследований татуирования последних 50 лет в современных европейских обществах позволяют выделить пять основных теоретических подходов к этому явлению. *Первый подход* (К. Сандерс, М. Аткинсон и др.) опирается главным образом на «критическую теорию», разработанную Франкфуртской школой, прежде всего на концепты «субкультурного эскапизма» и «протестного поведения». *Второй подход* исследует татуирование с точки зрения теории идентичности (Д. Ле Бретон, Дж.А. Фоллетт и др.). *Третий подход* опирается на концепты социологии тела: «рефлексивных техник тела» и «конструирования себя» (Дж.А. Фоллетт и др.). *Четвёртая группа* социологов анализирует современное татуирование с позиций социологии гендера (М. Миффлин и др.). *Пятый подход* (Б. Тёрнер, Дж.А. Фоллетт⁷ и др.) рассматривает современное татуирование в понятиях теории культуры потребления: «рыночных механизмов регулирования поведения» и «стратегии потребительского поведения».

Критическая теория. Создатели «критической теории», виднейшие представители Франкфуртской школы Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно фиксируют одно из фундаментальных противоречий современного общества: между автономией личности и властью социального, стремящегося полностью подчинить личность индивида своему контролю. Автономия личности, личная идентичность, в современном мире, по мнению авторов «критической теории», проблематична: весь мир оказывает-

⁵ Например, в изданиях «Ъ-Россия» с 1991 по 1995 гг. насчитывается 54 сюжета о татуировке, а с 2011 по 2015 гг. – уже 302 (данные получены по запросу на слово «татуировка» на сайте <http://www.kommersant.ru>. (Дата обращения – 20.09.2016 г.).

⁶ Типология татуирования в «большом» обществе и «закрытых» социальных группах подробнее представлена в статье: *Воробьева Е.С.* Татуирование как объект социологического исследования // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2016. – № 3 (86). – С. 148–161.

⁷ Дж. А. Фоллетт одновременно использует положения теории идентичности, положения социология тела и положения теории культуры потребления.

ся «пропущенным через фильтр культуриндустрии»... «Могущество индустриального общества подчиняет себе человека раз и навсегда»⁸. «Свобода выбора», основа либеральной идеологии современного общества, с их точки зрения, оказывается фикцией.

Потребность в свободе выбора, как и ощущение акторами того, что дело обстоит именно так, как описывают сторонники «критической теории», запускает процесс формирования осознанной потребности в автономии, в рефлексивном и контролируемом конструировании идентичности, не подпадающей ни под один из социально санкционированных образцов. Отчасти этим можно объяснить принимающие протестную форму социальные действия, направленные на утверждение личностной автономии и личной идентичности. Этим же можно объяснить и возросший интерес к татуированию как одному из элементов альтернативной практики конструирования личной идентичности, своего Я. Именно этот теоретический ракурс характерен для работ К. Сандерса, пионера в области исследования современного татуирования⁹.

Теории идентичности. Современные социология и социальная психология выделяют два типа идентичности: идентичность как принадлежность к «мы-группе», или «ин-группе» (социальная идентичность) и «Я-идентичность» (личная идентичность). Социальная идентичность понимается как социоструктурный «процесс определения себя через членство в социальной группе» или как «идентичность для других». Личная идентичность понимается как механизм формирования «самости», утверждения собственной, независимой от группы онтологии, как «идентичность для себя».

Поскольку современность связывается большинством авторов с увеличением доли рациональности в процессе формирования идентичности, возрастает и концептуальная роль мотивации при объяснении социальных действий индивидов в целом, и татуирования в частности.

В социологии различаются *внешняя мотивация*, не связанная с содержанием определенной деятельности, но обусловленная внешними по отношению к нему обстоятельствами, и *внутренняя мотивация*, связанная с самим содержанием деятельности, решением какой-либо задачи.

У индивидов в современных обществах формируется идентичность обоих типов: и социальной, и личной. Татуирование участвует в форми-

⁸ См.: Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. — М.-СПб., 1997. — С. 157-158.

⁹ См.: Sanders C. *Customizing the Body: The Art and Culture of Tattooing*. — Philadelphia: Temple University Press, 1989. Steward S. *Bad Boys and Tough Tattoos: A Social History of the Tattoo with Gangs, Sailors, and Street Corner Punks*. — New York: Haworth Press, 1990.

ровании этих двух типов идентичности. То, каким образом татуирование способствует формированию личной и социальной идентичности, показано, в частности, в исследованиях Д. Ле Бретона и Дж. Фоллетта¹⁰.

Социология тела. Социология тела – одна из довольно развитых проблемных областей современной социальной науки. Начало данной области было положено в классической работе Марселя Мосса «Техники тела» (1935). В ней он, в частности, делает вывод о том, что «походка, стиль плавания, другие явления подобного рода носят специфический характер в определённых обществах»¹¹. Эта специфика выражается в различных *техниках* тела, представляющих собой *формы* телесного поведения, обусловленные «привычками», которые варьируются «не просто в зависимости от индивидов и их подражательных действий, но главным образом в зависимости от различий в обществах, воспитании, престиже, обычаях и модах»¹².

Иной подход обнаруживает Норберт Элиас, автор фундаментального исследования «О процессе цивилизации». «Цивилизация» рассматривается Элиасом как разворачивающийся во времени процесс структурных изменений, протекающих в направлении всё большего упрочения и дифференциации контроля людей над своими аффектами и своими действиями. Значительный объем трактата занимает подробное описание конкретных ограничений, накладываемых на человеческое телесное поведение в «процессе цивилизации». *Росту «свободы» людей сопутствует рост внутреннего принуждения.* Становление такого способа закрепления привычек имеет следствием *конфликт между социально неборимыми силами влечений и схемами социальных требований*¹³.

Дальнейшее развитие трактовка истории цивилизации как истории администрирования телесного поведения получает у Мишеля Фуко, теоретический анализ которого стартует в том пункте, в котором останавливается Элиас. У Фуко речь идёт о «*биополитике*», о политической подоплёке конструирования телесного поведения, и этот пункт станет централь-

¹⁰ См.: Le Breton D. *Tatouages et piercing... un bricolage identitaire? // Identite(s) : L'individu, le groupe, la société.* – Paris, 2004. – P. 109-115. Follett J.A. *The consumption of tattoos and tattooing: the body as permanent text.* 2009. URL: http://wlv.openrepository.com/wlv/bitstream/2436/88534/1/Follett_PhD%20thesis.pdf (дата обращения – 20.06.2017 г.).

¹¹ Мосс М. *Техники тела // Мосс М. Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии / М. Мосс; сост., пер. с фр., предисловие, вступит. статья, комментарии А.Б. Гофмана.* – М.: КДУ, 2011. – С. 305.

¹² Там же. – С. 308.

¹³ Элиас Н. *О процессе цивилизации: Социогенетические и психогенетические исследования.* – М.; СПб: Университетская книга, 2001. – С. 222.

ным в наследующих Фуко конструктивистских теориях «гендерных тел», провозгласивших, что «частное» — это на самом деле «политическое».

В качестве политической реакции индивидов на технологии власти, «определяющие поведение индивидов и подчиняющие их определенным целям или силам посредством объективации субъекта», Фуко предлагает стратегию «технологии себя, позволяющей индивидам, самим или при помощи других людей, совершать определенное число операций на своих телах и душах, мыслях, поступках и способах существования, преобразуя себя ради достижения состояния счастья, чистоты, мудрости, совершенства или бессмертия»¹⁴.

Идеи Мосса, Элиаса и Фуко релевантны исследованию татуирования в целом. При этом, если подход Мосса применим в большей степени к объяснению татуирования в традиционных обществах и в «закрытых» социальных группах современных обществ (татуирование в них является нормативной «техникой тела»), то оптика Элиаса больше подходит для объяснения того, почему в процессе цивилизации татуирование перестало считаться культурной нормой: в «процессе цивилизации» человек стремился противопоставить себя животному миру, а татуировка воспринималась как атавизм, свойственный «диким», «примитивным» народам. Подход Фуко обладает существенным объяснительным потенциалом для современных тату-практик в условиях специфической культурной ситуации, предписывающей современным индивидам определённый набор вариантов телесной презентации, среди которых татуирование не предстаёт социально одобряемым и потому может рассматриваться как протестная телесная практика «технологии себя».

Социология тела, таким образом, объясняет динамику татуирования как социокультурного процесса, проходящего три этапа: от (1) нерефлексируемой телесной практики через (2) самозапрет к (3) рефлексивному конструированию «Я». Один из немногих авторов, рассматривающих татуирование как процесс, а не как социальную практику, — М. Аткинсон¹⁵.

Социология гендера. Социологическим теориям гендерных различий присущ больший критический пафос по сравнению с социологией тела, поскольку они более тесно связаны с политическим движением феминизма. Общеизвестно, что у истоков этого направления находится книга Симоны де Бовуар «Второй пол» (1949).

¹⁴ Фуко М. Технологии себя // Логос. — 2008. — № 2 (65). — С. 100.

¹⁵ См.: Atkinson M., Young K. *Flesh Journeys: Neo Primitives and the Rediscovery of Radical Body Modification* // *Deviant Behavior*. — 2001. — P. 22. Atkinson M. *Tattooed: the sociogenesis of a body art*. — London: University of Toronto Press Incorporated, 2003. DeMello M. *Bodies of Inscription: A Cultural History of the Modern Tattoo Community*. — Durham, NC: Duke University Press, 2000.

Понятие «гендерный дисплей», введённое в понятийный аппарат социологии гендера Ирвингом Гоффманом, является осознаваемым индивидами выражением институциональных гендерных различий, институционально обусловленный способ производства гендерной идентичности¹⁶. Одним из значимых тезисов Гоффмана является тезис об инкорпорированности властных отношений в гендерные. В его подходе делается акцент и на *активности* индивида в ходе его гендерной социализации. «Субъект своими действиями создаёт гендерные правила и гендерные отношения, а не только усваивает и воспроизводит их»¹⁷.

Гендерная социология обладает определённым объяснительным потенциалом в той части, которая касается роли гендерной компоненты в общении к тату-практике в целом, и к выбору тату-изображений, в частности. При этом, именно подход, который учитывает не столько пассивное принятие индивидом санкционированной культурой общества гендерной роли, сколько рефлексивное конструирование собственной, зачастую противоречащей общепринятой, убедительно объясняет, например, почему женщины, начиная со второй половины XX в. активно включились в тату-практики, которые исторически были прерогативой сильной половины человечества, и почему некоторые тату-изображения, которые выбирают современные женщины и мужчины, зачастую разрушают созданные культурой в целом, и рекламной индустрией в частности, гендерные образы, когда мужчинам а *grigi* приписывается мужественность, агрессивность, сила, а женщинам — женственность, нежность, беззащитность.

Так, если маскулинность связана в культуре с такими символами, как лев, тигр, медведь, череп, ружьё и пр., а фемининность — с кошкой, пантерой, бабочкой, цветком и пр., то отказ индивидов от воспроизводства гендерных стереотипов объясняет, почему символы маскулинности появляются на женских телах и почему в целом появляется всё больше гендерно универсальных сюжетов. Этот подход лежит в основе исследований татуирования М. Миффлином, К. Роблевски¹⁸.

Теория культуры потребления. Теория культуры потребления (Consumer Culture Theory, CCT)), как её определяют Э. Дж. Арнольд и К. Дж. Томсон, это «междисциплинарная область, которая объединяет критические подходы к потребительскому поведению»¹⁹.

¹⁶ См.: Гоффман И. Гендерный дисплей // Жеребкин С. (ред.) Введение в гендерные исследования. Ч. 2.: Хрестоматия. — Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2001.

¹⁷ Там же. — С. 258.

¹⁸ См.: Mifflin M. *Bodies of Subversion: A Secret History of Women and Tattoo*. New York: Juno Books, 2001. Wroblewski C. *Tattooed Women*. — London, Virgin Publishing, 1992.

¹⁹ См.: Arnould E.J., Thompson C. J. Consumer culture theory (CCT): Twenty Years of Research // *Journal of Consumer Research*. — 2005. — № 31 (4). — P. 868-882.

ССТ включает четыре концептуальных аспекта: 1) рыночная культура; 2) конструирование потребительской идентичности; 3) идеологии масс-медиа и потребительские интерпретативные стратегии; 4) социо-исторические контуры потребления.

Цель исследования рыночных культур — понять, каким образом потребление переопределяет культурные паттерны действий, их интерпретации, и наоборот. Интерес представляет то, как потребители формируют группы вокруг культурных концептов, связанных с такой специфической идеей, как «бегство от рынка»²⁰. К этим группам можно отнести, например, рэив-культуру или байк-культуру. Потребление в таких группах включает не только потребление идей, но также и специфическую *деятельность*. Этот вид потребления описывается как создание «отличительных, фрагментарных, самостоятельно избранных и преходящих культурных миров посредством поиска общих потребительских интересов»²¹.

Эти группы, сформированные через потребление и вокруг потребления, описывались как «потребительские миры», «потребительские племена», «группы фанатов, «субкультуры потребителей» и «микрочультура потребителей». Через потребление индивиды формируют коллективные идентичности посредством принятия общих ценностей, символики, мифов, ритуалов, практик и иерархических структур. Субкультуры потребления часто определяют себя как оппозиционные по отношению к другим потребительским группам, в особенности, к представлениям о нормативных стилях жизни.

Формирование культуры потребления татуировок начинается с самой татуировки, получая которую, индивид приобретает автоматический доступ к реальному или виртуальному сообществу татуированных. Благодаря этому, индивид получает возможность идентифицировать себя с группой «обладающих татуировкой». В контексте обретения потребительской идентичности более важным становится именно символический смысл потребления как такового, а не обретение какого-то конкретного изображения. Акт татуирования становится актом ритуального или сакрального потребления.

При этом, учитывая историю развития татуирования, к которому в разные годы приобщались представители и низших социальных классов,

²⁰ См.: Kozinets R.V. Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man // *Journal of Consumer Research*. — 2002. — №29 (1). — P. 20-38.

²¹ Arnould E.J. and Thompson C.J. Consumer Culture Theory (and we really mean theoretics): Dilemmas and posed by an academic branding strategy // Belk R.W. and Sherry J.F. (eds.) *Consumer Culture Theory, Research in consumer behavior*. — 2007. — Vol. 11. Oxford: Elsevier. — P. 30.

и девиантных сообществ, и криминальных групп, а также благодаря традиции «окультуривания» телесности, о которой говорит Элиас, современное общество атрибутирует обладателя татуировки как принадлежащего к низшим и маргинальным социальным группам. Из этого следует, что приобщение к современной тату-культуре неизбежно несёт в себе энергию протеста, осознаёт это носитель татуировки или нет.

Вторым концептом ССТ является концепт проекта потребительской идентичности. Групповая идентичность определяется потреблением в рыночных культурах. В основе этого – понимание рынка как хранилища ресурсов (фактических и символических), которые индивиды используют посредством прямого и опосредованного потребления. Формирование идентичности понимается как активный процесс, в ходе которого потребители одновременно и ищут, и производят идентичности.

Идеологии масс-медиа и потребительские интерпретативные стратегии (третья область ССТ) исследуют, как возникают потребительские системы значений и как они направляют чувства и деятельность потребителей таким образом, что они охраняют и защищают правящие или преобладающие интересы в обществе. Сюда входят исследования того, каковы нормативные значения тех сообщений, которые коммерческие СМИ делают относительно потребления, и того, каким образом потребители интерпретируют эти сообщения и формируют на них ответ. Индивиды, откликающиеся на сообщения, рассматриваются как «интерпретирующие агенты», и выделяется два их основных типа. Деятельность потребителей первого типа оценивается как принимающих доминирующие оценки потребительской идентичности и стили жизни, которые репрезентированы в масс-медиа и рекламе. Деятельность потребителей второго типа – как сознательный выбор альтернатив, которые отличаются от той идеологии, которую распространяют реклама и СМИ.

Применительно к татуированию подобная теоретическая типология поведенческих стратегий позволяет говорить о существовании трёх типов потребителей татуировки. Первый тип потребителей отвергает татуирование как недопустимую телесную практику. Второй тип воспринимает татуирование как один из допустимых современных стандартов телесного поведения и следует предлагаемым тату-рынком образцам изображений и стилей, рекламируемых селебритиз в СМИ. Татуировки этого типа потребителей часто невелики по размеру, мало заметны, а сами изображения подражательны. Третий тип потребителей воспринимает татуирование как альтернативный способ поведения на рынке эстетических услуг и демонстрирует творческое, рефлексивное поведение в процессе приобщения к миру тату. Татуировки этого типа потребителей занимают

большую поверхность кожного покрова, а изображения, как правило, отличаются большой оригинальностью и качеством исполнения.

ССТ задаёт несколько направлений анализа современных тату-практик. Она позволяет проанализировать, как: (1) современные тату-практики воспринимаются общественным сознанием (приемлемые или неприемлемые образцы потребительского поведения); (2) как современные тату-практики репрезентируются в СМИ, и как их интерпретируют акторы; (3) как акторы посредством приобщения к тату-культуре формируют социальную (через приобщение к группе потребителей татуировок) либо личную (через отрицание предлагаемых СМИ и рекламы образцов идентичности) форму идентичности; (4) как адепты тату-культуры встраивают собственные тату-практики в культурную ситуацию в современном обществе.

Этот подход активно использует и Фоллетт при анализе современного татуирования²².

Итоги. Из пяти описанных теоретических подходов каждый обладает существенным объяснительным потенциалом в объяснении современного татуирования. Однако пафос «критической теории» является отправной точкой и для теории идентичности, и для социологии тела, и для социологии гендера, и для теории культурного потребления. Причина, видимо, в том, что для всех рассмотренных выше подходов тема индивида, его подавления современным капитализмом, индустриальными, в т.ч. культурно-индустриальными структурами, и протеста против этого подавления оказалась в центре теоретического внимания и политико-практических устремлений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьева Е.С. Татуирование как объект социологического исследования // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2016. – № 3 (86). – С. 148-161.
2. Мосс М. Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии / М. Мосс; сост., пер. с фр., предисловие, вступит. статья, комментарии А.Б. Гофмана. – М.: КДУ, 2011. – 416с.
3. Фуко М. Технологии себя // Логос. – 2008. – № 2 (65). – С. 96-122.
4. Хоркхаймер М., Адорно Т. Дialeктика Просвещения. – М.-СПб., 1997. – С. 157-158.
5. Элиас Н. О процессе цивилизации: Социогенетические и психогенетические исследования. Т. 1. – М.; СПб: Университетская книга, 2001. – 330 с.
6. Atkinson M., Young K. *Flesh Journeys: Neo Primitives and the Rediscovery of Radical Body Modification* // *Deviant Behavior*. – 2001.
7. Atkinson M. *Tattooed: the sociogenesis of a body art*. – London: University of Toronto Press Incorporated, 2003.

²² См.: Follett J.A. *The consumption of tattoos and tattooing: the body as permanent text*. – 2009. URL: http://wlv.openrepository.com/wlv/bitstream/2436/88534/1/Follett_PhD%20thesis.pdf (дата обращения – 20.06.2017 г.).

8. DeMello M. *Bodies of Inscription: A Cultural History of the Modern Tattoo Community*. – Durham, NC: Duke University Press, 2000.
9. Dickson L., Dukes R. *ACAD //College Student Journal*. – 2015. – Vol. 49. – Issue 1. – P. 106-120.
10. Laumann A. and Derick A. Tattoos and Body Piercings in the United States: A National Data Set // *Journal of the American Academy of Dermatology*. – 2006. – 55 (3). – P. 413-421.
11. Sanders C. *Customizing the Body: The Art and Culture of Tattooing*. – Philadelphia: Temple University Press, 1989.
12. Steward S. *Bad Boys and Tough Tattoos: A Social History of the Tattoo with Gangs, Sailors, and Street Corner Punks*. – New York: Haworth Press, 1990.

BIBLIOGRAPHY

1. Vorobeva E.S. Tatuирование как объект социологического исследования // *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*. – 2016. – № 3 (86). – S. 148-161.
2. Moss M. Obshchestva. Obmen. Lichnost. Trudy po sotsialnoy antropologii / M. Moss; sost., per. s fr., predislovie, vstupit. statya, kommentarii A.B. Gofmana. – M.: KDU, 2011. – 416s.
3. Fuko M. *Tekhnologii sebya // Logos*. – 2008. – № 2 (65). – S. 96-122.
4. Khorokhaymer M., Adorno T. *Dialektika Prosveshcheniya*. – M.-SPb., 1997. – С. 157-158.
5. Elias N. *O protsesse tsivilizatsii: Sotsiogeneticheskie i psikhogeneticheskie issledovaniya*. T. 1. – M.; SPb: Universitetskaya kniga, 2001. – 330 s.
6. Atkinson M., Young K. *Flesh Journeys: Neo Primitives and the Rediscovery of Radical Body Modification // Deviant Behavior*. – 2001.
7. Atkinson M. *Tattooed: the sociogenesis of a body art*. – London: University of Toronto Press Incorporated, 2003.
8. DeMello M. *Bodies of Inscription: A Cultural History of the Modern Tattoo Community*. – Durham, NC: Duke University Press, 2000.
9. Dickson L., Dukes R. *ACAD //College Student Journal*. – 2015. – Vol. 49. – Issue 1. – P. 106-120.
10. Laumann A. and Derick A. Tattoos and Body Piercings in the United States: A National Data Set // *Journal of the American Academy of Dermatology*. – 2006. – 55 (3). – P. 413-421.
11. Sanders C. *Customizing the Body: The Art and Culture of Tattooing*. – Philadelphia: Temple University Press, 1989.
12. Steward S. *Bad Boys and Tough Tattoos: A Social History of the Tattoo with Gangs, Sailors, and Street Corner Punks*. – New York: Haworth Press, 1990.

Поступила в редакцию 20.05.2018 г.