

# О чем рассказывает татуированное тело: гендерный аспект в опыте визуальной социологии

DOI: 10.19181/inter.2018.16.6

Екатерина Воробьева\*

*Статья посвящена визуальному анализу гендерных аспектов современного татуирования. Объектом исследования является татуирование мужчин и женщин, предметом — гендерные репрезентации в татуировках. Показано, что современное татуирование, в основной своей массе, воспроизводит культурный дискурс нормативной феминности и маскулинности. Однако некоторые потребители татуировок бросают этой нормативности вызов. Выделены и интерпретированы три типа татуировок у обоих полов: (1) татуировки, транслирующие гендерную принадлежность их носителей, (2) гендерно нейтральные татуировки и (3) татуировки с гендерной трансгрессией. Визуальный анализ татуировок дополнен небольшим количеством примеров из ранее проведенных автором интервью с татуированными респондентами.*

**Ключевые слова:** татуирование, репрезентация гендера, потребительское поведение, визуальный анализ

## Введение

Татуирование тела имеет настолько же давнюю историю, насколько и ношение одежды. При этом его символическое значение в первобытных обществах наделялось большим количеством смыслов по сравнению с одеждой — в географических регионах с жарким климатом, в которых татуирование получило широкое распространение, в одежде<sup>1</sup> изначально не было необходимости. В каждом племени татуировки были строго регламентированы: изображения были типовыми и уникальными для каждого сообщества. Татуированное тело до речи и наряду с речью было источником коммуникации, а татуировка функционировала как культурный код, понятный только членам сообщества, в котором она практиковалась.

Первые свидетельства о татуировании в традиционных обществах относятся к эпохе Великих географических открытий и принадлежат мореплавателям и христианским миссионерам. Не знаящие местного языка, первооткрыватели аборигенной культуры ограничивались визуальным анализом аутентичных татуировок, представляя их в своих письменных отчетах как «экзотичные» и «причудливые» (Кук, 1971: 292–294).

По мере развития этнографии исследователи аборигенных культур стали изучать местные языки, и к визуальному анализу добавились беседы, которые в дальнейшем развились в метод интервью, активно применяющийся в современных социальных науках.

Одним из первых фундаментальных этнографических исследований, посвященных описанию племенных культур и использовавших оба метода анализа, был труд

---

\* Воробьева Екатерина — независимый исследователь, e-vorobieva@yandex.ru

<sup>1</sup> О символическом значении одежды см., например: (Винсент, 2016).



«The Native Tribes of Central Australia», изданный в 1899 г. Фрэнсисом Джеймсом Гилленом в соавторстве с Уолтером Болдуином Спенсером (Spenser, 1899). «Независимо от орнамента, даже учитывая то, что они образуют орнамент (татуировки — Е. В.), — пишут авторы, — мы не смогли обнаружить ничего такого в их обычаях и традициях, что могло бы указывать на то, что они когда-либо имели какой-либо глубокий смысл. Делались неубедительные утверждения относительно этих знаков, относительно того, что они обозначают определенного рода особое посвящение племени, к которому индивид принадлежит... В связи со смертью определенных родственников, женщины, так же как и мужчины, наносят себе надрезы, оставляющие шрамы... Такие шрамы... — знак самонанесенных ран, которыми женщины гордятся, считая их видимым свидетельством того, что они должным образом оплакали своих мертвых» (Spencer, 1899: 71–74). Дальнейшие этнографические исследования, опиравшиеся на анализ большого массива текстов очевидцев, обобщили опыт предшественников. Несмотря на то, что татуирование в них описывалось наряду с другими артефактами аборигенных культур, социальное значение татуировок разных народов эксплицируется из их трудов в полном объеме. Наиболее ярким примером является двухтомный труд Ф. Ратцеля «Народоведение» (Ратцель, 1902).

Татуирование в современных обществах становится объектом систематического социологического анализа с конца 80-х гг. прошлого века в США и Европе (Sanders, 1988: 395–432; Le Breton, 2004: 109–115). Основными исследовательскими методами продолжают быть визуальный анализ татуировок и интервью с представителями тату-культуры. В России социологическое изучение современного татуирования только начинается.

### Информационная база

В качестве эмпирической базы для визуального анализа выступили фотографии современных татуировок, размещенные в сети Интернет в свободном доступе, без указания авторства фотографий. Поиск фотографий осуществлялся в системе Яндекс по запросам «современные татуировки», «современные женские татуировки», «современные мужские татуировки». Общее количество проанализированных изображений — 2000: 1000 на женских телах и 1000 на мужских.

Наше предшествующее исследование показало, что, как и татуирование в традиционных обществах, современное татуирование тесно связано с конструированием и репрезентацией идентичности (Воробьева, 2016). В рамках данной статьи я фокусируюсь на гендерной идентичности как одном из аспектов репрезентации идентичности через татуирование, используя три интервью<sup>2</sup> из упомянутого исследования и дополняя ими анализ визуальных образов. Предметом исследования стали (1) репрезентация собственной гендерной идентичности и (2) репрезентация восприятия противоположного пола. Техника визуального анализа включила в себя следующие элементы классификации: (1) пол татуированного, (2) размер татуировки, (3) место расположения татуировки, (4) символическое значение нанесенных изображений и их соответствие функционирующим в современной культуре кодам, соотносимым с «фемининностью» и «маскулинностью», (5) стилистику рисунка (плавность/резкость линий) и его интонацию (мягкость/агрессивность).

### Результаты исследования

Как показало наше исследование, во всем массиве татуировок, анализируемых в гендерном ракурсе, выделяется три типа. Первый, транслирующий гендерную принадлежность носителя татуировки, атрибутирующий качества и черты, закрепленные

<sup>2</sup> Всего в рамках предшествующего проекта было проведено 40 интервью, из них 14 — с тату-мастерами и 26 — с клиентами этих тату-мастеров; всего в выборке 25 мужчин и 15 женщин в возрасте 20–40 лет.

в культуре для каждого из полов, и воспроизводящий современную идеологию «гендерного дисплея», под которым создатель концепции, Ирвинг Гоффман, понимал легитимное выражение гендерной идентичности в процессе взаимодействия (Гоффман, 2001: 308–309.). Второй тип татуировок — гендерно нейтральный, репрезентирующий не гендерную идентичность, а иные аспекты идентичности. И третий тип — с гендерной трансгрессией, когда татуировка репрезентирует качества и черты, свойственные противоположному полу, и бросает идеологии «гендерного дисплея» вызов.

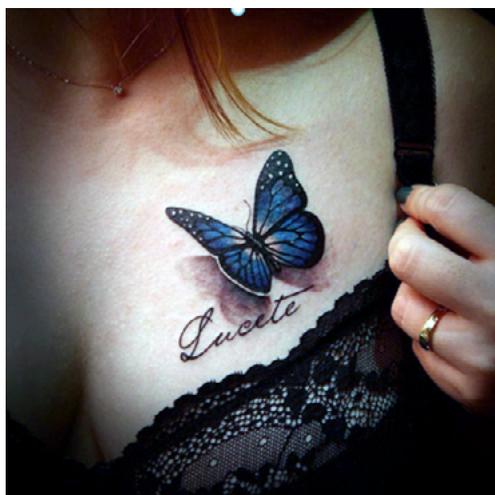
### Тип 1. Татуировки, транслирующие гендерную принадлежность

#### *Женские татуировки*

*Репрезентация фемининности.* В современной культуре закреплены два легитимных типа фемининности (Женщина и визуальные знаки, 2002). Первый тип — это, условно говоря, красивая, заботливая, мягкая и нежная домашняя «кошечка»; мужчину она ставит выше себя, её тело принадлежит мужчине, она верная жена и заботливая мать его детей; её приоритет — семья. Второй тип — красивая, самодостаточная, жесткая, агрессивная «стерва»; мужчину она ставит вровень с собой, её тело принадлежит ей самой, она сексуально раскрепощена и активна; её приоритет — карьера. На каждый из этих двух типов нацелены два специфичных сегмента рынка: индустрии моды, литературы, искусства и пр. Оба типа активно используются печатной и телевизионной рекламой для продвижения идеологии и продаж.

Очевидно, что в чистом виде ни один из двух «идеальных типов» не существует. Однако, выбирая сюжет и характер татуировки, женщина репрезентирует тот тип фемининности, который считает возможным и/или нужным репрезентировать. При этом назвать её выбор свободным можно лишь условно, поскольку современная культура, как и культура в традиционных обществах, нормативна. Выбор возможен только из предложенных образцов (Адорно, Хоркхаймер, 1997: 157–177; Dawson, 2003; Луман, 2012: 90).

В типичных изображениях на женских телах, акцентирующих первый тип фемининности, эксплуатируются образы мягкости, домашности, материнства (кошка с котенком и клубком пряжи), легкости (бабочка), красоты (цветы), непорочности и чистоты (ангельские крылья).



**Фото 1.** Пример татуировки, относящейся к первому типу репрезентации фемининности. Источник: <https://www.pinterest.ru/pin/609674868281514456/>



Татуировки с ангельскими крыльями можно интерпретировать как рефлексию женщины относительно её женской природы или судьбы. В ходе анализа данных мы обнаружили этот образ и как метафору ангельских крыльев — поэтический символ чистоты и непорочности, и как символ страданий (например, из-под крыльев сочится кровь). Эти страдания могут быть связаны с «ничтожной», по выражению Симоны Де Бовуар, социальной ролью «второго пола». Поскольку, подчеркивает Де Бовуар, именно мужская деятельность сформировала понятие человеческого существования как ценности, поднявшей эту деятельность над силами природы, покорившей природу и женщину как её часть, то мужчина в обыденном сознании предстает как творец, создатель, субъект, женщина же — только как объект его власти (Де Бовуар, 1977: 103).

Для второго типа фемининности характерны хищные, агрессивные образы: медузы-горгоны, пантеры, кошки. Если многочисленные варианты татуировок с кошками у женщин, транслирующих первый тип фемининности, представляют этих животных как мягких, пластичных, пушистых и домашних, то у женщин, транслирующих второй тип фемининности, это кошки дикие, рычащие и/или выпускающие когти.

Репрезентация фемининности может быть представлена в менее символической, т.е. более наглядной форме. Например, на тело наносится изображение женского лица или фигуры целиком. При этом создаваемый образ может иметь портретное сходство с носителем татуировки и/или соответствовать её типу фемининности, либо представлять идеал, к которому женщина стремится. Глубже понять то, какой смысл носительницы татуировок вкладывают в наносимое изображение, можно из интервью:

*«Эта женщина, Влас (персонаж мультфильма — Е. В.) — для меня вообще идеал женщины. Конечно, фигуры такой, как у нее, быть не может, но... Про стиль жизни этой женщины: она живет в свое удовольствие, но одновременно она помогает людям, и она испытывает к человеку противоположного пола, который самодовольный, эгоистичный, она испытывает к нему чувство, но это чувство чистое. Т.е., возможно, у нее чисто сексуальный интерес, на физическом уровне какая-то тяга гормональная, но это чувство чистое, т.е. она ничего не требует взамен. т.е. она не скрывает, что ей нравится персонаж противоположного пола, что она его даже любит, но она не требует от него взаимных чувств, и это просто чувство, которое подпитывает её».* (Ж, 22 года, 2012 г.).

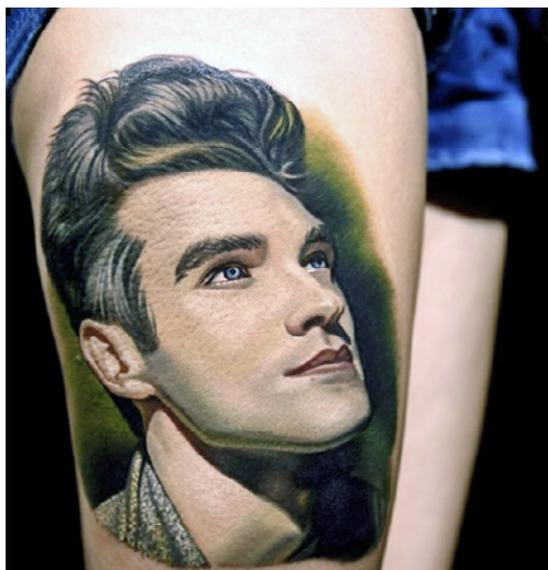
Анализ этого нарратива показывает, что гендерная самоидентификация и внутренняя картина мира респондентки находят отклик во внешнем персонаже, являющемся идеалом красоты и выступающем носителем близкой по духу жизненной онтологии. Через татуировку на коже обеспечивается непрерывное присутствие значимого персонажа и возможность коммуникации с «родственной душой», дающей моральную поддержку. Благодаря сходству гендерной идеологии респондентки и её «героини», её сознание приписывает героине «идеальную» модальность, и, таким образом, героиня выступает для респондентки не только как эстетический идеал, но, одновременно, и как образец отношения к противоположному полу.

Поиск опоры вовне характерен не для всех татуирующихся женщин — для части из них «путь к себе» связан с запечатлением себя, мыслимой на фоне «идеального, гармоничного мира»:

*«На руке — это детство мое: это вид из окна разбитого, здесь внизу еще девочка маленькая сидит играет с игрушками, это как бы я; тут окно открыто, тут МГУ видно, я живу на метро “Университет”, тут парк, аттракционы, ля-ля-ля, космос, звезды, тут спутник СССР — я же в СССР родилась. Типа детство, что-то такое милое, теплое, хорошее»* (Ж, 26 лет, 2014 г.). Как видно из этого рассказа, в запечатленном на теле образе детства, которое ассоциируется у респондентки с «милым», «теплым» и «хорошим», и в визуальной репрезентации себя как ребенка находит воплощение потребность в защищенности, которую обеспечивает нанесенная на руку композиция.

*Женские интимные татуировки.* Отдельную подгруппу составляют женские татуировки на интимных местах, подчеркивающие связь фемининности с сексуальностью. В ходе анализа были зафиксированы две тенденции: для первой характерно оформление интимной зоны как романтической, таинственной (образ пещеры) или диковинной, сказочной (образ жар-птицы), для второй — изображения более откровенного и конкретного характера. Например, на интимной зоне размещается изображение, вероятно, указывающее сексуальному партнеру, что ему следует делать, — банан и дуло пистолета, направленные к вагине; при этом на банан еще и надет презерватив — по-видимому, таким образом женщина сообщает партнерам, что она за безопасный секс. Либо надпись на лобке откровенно сообщает зрителям, кому конкретно принадлежит тело женщины, а вытатуированная личная подпись заверяет сказанное.

На сайтах тату-салонов в последние годы стали появляться отдельные рубрики «Интимные татуировки», рекламирующие приобретающую популярность услугу украшения интимных мест. Например, раздел «Женское интимное тату: причины и подтекст» тату-салона «Анатомия» просвещает потенциальных клиенток следующим текстом: «Многие девушки и женщины видят в интимных тату новые возможности. Ведь обычно такие наколки призваны разнообразить сексуальную жизнь и внести в нее новые краски. Очень часто женские интимные татуировки имеют эротический подтекст, так как доступ к ним имеют лишь близкие и любимые люди, способные оценить сокровенное значение. Наиболее распространенными местами для нанесения таких тату являются ягодичцы, груди, лобок и низ живота. В этих зонах отлично смотрятся изображения с бантиками, вишенками, клубничками, бабочками и так далее. Такие милые картинки совсем не смотрятся пошло или вульгарно, а наоборот, могут стать одним из компонентов женской сексуальности» (<http://tattoorus.ru/>, дата обращения: 01.10.2018).



**Фото 2.** Пример женской татуировки с изображением мужчины. Источник: [https://liberty-tattoo.ru/upload/resize\\_cache/iblock/915/200\\_200\\_2/9158ef6774863dca6927a46534b23cde.jpg](https://liberty-tattoo.ru/upload/resize_cache/iblock/915/200_200_2/9158ef6774863dca6927a46534b23cde.jpg)

*Репрезентация восприятия противоположного пола.* Достаточно сложно по анализу татуировок сделать выводы об отношении женщин к противоположному полу. Однако можно отметить, что изображения мужчин лишены образности, символичности. Как



правило, наносимые изображения — это функционирующие в современной культуре и известные большинству портреты знаменитостей (певцов, актеров, художников), которые можно встретить и на мужских телах, или реалистичные портреты бойфрендов и мужей, которые позволяют сделать лишь тот вывод, что изображенный персонаж чем-то дорог. Исключение составляет центральный рисунок, расположенный в нижней части тела, на женской ноге. Лицо мужчины при этом обращено вверх, на женщину, что может интерпретироваться либо как то, что женщина любит доминировать в отношениях, либо как то, что женщине просто нравится мужское поклонение. Можно предположить, что носительница этой татуировки является представительницей фемининности второго типа.

### **Мужские татуировки**

*Репрезентация маскулинности.* В отличие от фемининности, маскулинность в современной культуре более традиционна и однозначна (О мужественности, 2002; Российский гендерный порядок: социологический подход, 2007). Например, в рекламе мы не встретим мужчину, нежно втирающего в тело питательный крем, который, согласно слогану, «заботится о вас» или «придает вашей коже особую шелковистость». Идеология предписывает мужчине быть сильным, сексуально активным, лидером в отношениях с противоположным полом (Чернова, 2002: 527–549; Кирилина, 2004; Ваньке, 2011: 178–209). Наряду с этим ему рекомендуется быть ответственным за семью и детей (Кон, 2006). Несмотря на то, что современные метросексуалы визуально отличаются от современных бодибилдеров, маскулинные черты характера современная культура предписывает развивать всем мужчинам, независимо от индивидуальных особенностей. В ходе нашего анализа были обнаружены визуальные репрезентации, эксплуатирующие образ мужчины-воина, мужчины-победителя, а также образы силы, покровительства, агрессии. Подобные репрезентации маскулинности комментирует тату-мастер, говоря о том, что это «природные» свойства:

*«У мужчины самого по себе стремление к первенству и неосознанная тяга к жестокости (небольшой, я имею в виду) — психологические: он же бывший воин, исследователь, и все, что внутри, он выражает на себе» (М, тату-мастер, 32 года).*

К этому же типу татуировок относятся и наносимые современными мужчинами полинезийские орнаменты, восходящие к древним временам, когда их нанесение предписывалось мужчинам-воинам традицией.

*Мужские интимные татуировки.* Если опираться на информацию интернет-сайтов различных тату-салонов, то можно сказать, что у мужчин спрос на интимные татуировки так же велик, как у женщин. На сайте тату-салона «Анатомия», в частности, сообщается: «В последнее время в нашем тату-салоне спрос имеют татуировки на мужском достоинстве, которые наносятся в форме колец, стрел, разных абстракций, пламени и так далее. Внизу живота или на внутренней части бедра зачастую наносят изображения со змеями или драконами. Самым экстремальным вариантом является изображение животного, которое наносится как на гениталиях, так и внизу живота... Зачастую выделяют три основных направления мужских тату в интимных местах, которые имеют разное предназначение. Речь идет о: метросексуальной моде, главной целью которой является стремление выделить свое тело среди остальных, показать свою неординарную и яркую внешность; бандитских татуировках, когда нательный рисунок наносится на большую часть тела, в частности интимную зону; ...и гей культуре, которая имеет свои уникальные символы (символ Марса, два мужских начала и так далее)» (<http://tattoorus.ru/>, дата обращения: 01.10.2018).

Как и в женской интимной татуировке, отражающей традиционный тип фемининности, в мужской интимной татуировке мы встречаем символы, характеризующие мужское начало и его связь с сексуальностью. Так, слон — это символ силы и власти; в китайской

культуре он олицетворяет космическую энергию (Энциклопедия..., 1999: 457–458). Пистолет — как и в описанной выше женской интимной татуировке — на языке современных символов говорит о готовности вступить в половую связь.

*Репрезентация восприятия противоположного пола.* В отличие от женских татуировок, на которых нечасто, но встречаются сюжетно нейтральные изображения мужских лиц, мужские татуировки более подробно рассказывают о восприятии женщины и об отношении к ней. Здесь мы встречаем не просто портреты, но образы. В первом случае, речь идет о репрезентации предпочитаемого мужчиной типа фемининности: роскошная королева, повелительница стихий, потупившая взор Дева Мария с ангельскими крыльями, независимая гламурная красотка, дикарка. Важно отметить, что королевы и ангелы располагаются в верхней части мужского тела: либо на плече, либо на груди, поближе к сердцу. И только образ женщины-хищницы расположен в нижней части тела, на ноге, что может интерпретироваться как то, что такой тип женщины мужчину пленяет, но одновременно пугает. Однако таким образом может проявляться и потребность доминировать, принизить своего кумира, приземлить.

Во втором типе татуировок преобладает не репрезентация предпочитаемого типа фемининности, а рефлексия по поводу женской природы и её влияния на мужскую судьбу: например, изображение женского лица и грехопадения через символику Ада и Рая или, в более жестких вариантах, символику смерти. Отметим, что на женском теле также встречается тема «Женщина и смерть», однако, как правило, женская голова располагается в верхней части композиции и главенствует над черепом, что может интерпретироваться как то, что в женской интерпретации данной темы «женская природа» побеждает энтропию.

Статистически женские изображения на мужских телах встречаются часто и занимают не менее четверти от 1000 проанализированных мужских татуировок. Это может объясняться тем, что так лаконично сформулировал Ницше: «Двух вещей желает настоящий мужчина — опасности и игры. И поэтому нужна ему женщина — как самая опасная из всех игрушек» (Ницше, 1990: 56). Портреты детей значительно меньше представлены в мужской татуировке, нежели в женской, что говорит о том, что идеал отцовства для мужчин менее значим, чем идеал материнства — для женщин.

## Тип 2. Гендерно нейтральные татуировки

Татуировки этого типа (орнаменты, сложные рисунки) ничего не рассказывают современному зрителю о гендерной идентичности её обладателей и об их отношении к противоположному полу. На первый взгляд, репрезентация себя как мужчины или как женщины не является ключевым смыслом в тату-практике. Однако историко-социологический анализ значения орнаментов позволяет говорить о том, что тип наносимого на современное тело орнамента в каждом случае имеет исторические отсылки к символике тех или иных геометрических знаков в различных культурах. Как показывают нарративы респондентов с татуировками, они не всегда осознают значение геометрической символики своей татуировки. Зачастую для них это просто красивый рисунок на теле, который выполняет чисто эстетическую функцию.

В данной статье я не стану останавливаться на расшифровке коннотаций геометрических знаков, поскольку это предмет отдельного подробного объяснения.

## Тип 3. Татуировки с гендерной трансгрессией

С точки зрения ряда исследователей современной культуры потребления, потребитель есть фигура, *сопротивляющаяся* рыночным идеологиям. Это происходит в тех случаях, когда потребители критически оценивают рыночные нарративы и отвергают



предписанные способы потребительского поведения, которые предлагает идеология культурного, в частности, гендерного дискурса. Утверждается, что потребители активны в процессе интерпретации рыночных идеологий, пропагандируемых СМИ, а не попустительствуют нормативным предписаниям. Это ведет к формированию стилей жизни, вступающих в конфронтацию и бросающих вызов доминирующим консьюмеристским нормам и корпоративной власти рынка (Dohscha, Ozanne, 2003: 201–214; Kozinets, 2002: 203; Kozinets, Handelman, 2004: 691–704).

В современном татуировании этот вызов выражается в том, что мужчины транслируют типаж «женственного мужчины», а женщины — «мужественной женщины». Особенность татуировок этого типа в том, что на тело наносятся изображения, отсылаемые к традиционной символике противоположного пола: например, рисунки розы и бабочки на мужских телах, или льва и орла — на женском теле.



**Фото 3.** Пример татуировки с гендерной трансгрессией. Источник: <https://yandex.kz/collections/card/5a451c6a215a8466dfe6a96d/>

Однако символы феминности на мужском теле и символы маскулинности на женском могут иметь и другие коннотации. Например, бабочка не только символизирует феминность, но и является названием разновидности мужского галстука. В этом случае, место нанесения татуировки позволяет прочитать символ в ином его значении (ироничном).

Как показывают интервью с татуированными информантами, для части из них тату-изображения этого типа носят осознанно протестный характер. Преследуется цель разрушения стереотипных гендерных образов и самостоятельного конструирования гендерного дисплея, который, по мнению И. Гоффмана, является не выражением естественной сути мужского и женского, а конструированием различий между социальными позициями мужчин и женщин и способом производства гендерного неравенства (Гоффман, 2001: 327). Статистически татуировки трансгрессивного типа женщины делают значительно чаще, чем мужчины. Я думаю, что объясняется это, прежде всего, маскулинизацией современной культуры гендера.

## Послесловие

Татуированное тело — это всегда тело говорящее, рассказывающее об идентичности (в том числе гендерной) обладателя татуировки. В отличие от «тела в одежде», «тела в интерьере» или «тела в пространстве города / села / деревни и т.д.», татуированное тело всегда аутентично, равно личности. Если, репрезентируя себя, человек может сменить социальную, в частности, гендерную, роль, сменив одежду, интерьер, место пребывания и т.д., то сменить роль, имея на теле татуировку, он не может, поскольку основное свойство татуировки — постоянство. Человек может эту роль только скрыть. Поэтому подавляющее большинство современных татуирующихся — в отличие от наших с ног до головы татуированных предков — наносит изображения на тех частях тела, которые при желании могут быть скрыты под одеждой.

Тату-практики в дальнейшем могут стать объектом отдельного теоретического анализа — в частности, посвященного рассмотрению современного татуирования и гендерного неравенства, а также гендерной власти.

## Литература

Бовуар С. де. Второй пол. Т. 1–2. / Пер. с франц.; общ. ред. и вступ. ст. С. Г. Айвазовой, коммент. М. В. Аристовой. М.: Прогресс; СПб.: Алетейя, 1997.

Ваньке А. Мужская сексуальность в дискурсе журнала Men's Health // Здоровье и интимная жизнь: социологические подходы: сб. ст. под ред. Е. Здравомысловой и А. Тёмкиной. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011. С. 178–209.

Винсент С. Дж. Анатомия моды: манера одеваться от эпохи Возрождения до наших дней. М.: НЛО, 2016.

Воробьева Е. С. Формирование мотивации к татуированию как механизм конструирования идентичности // Теория и практика общественного развития. 2016. № 6 [Электронный ресурс]. URL: [http://teoriapractica.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/2016/6/sociology/vorobiyova.pdf](http://teoriapractica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2016/6/sociology/vorobiyova.pdf) (дата обращения: 08.10.2017)

Гоффман И. Гендерный дисплей // Жеребкина И. А. (ред.) Введение в гендерные исследования. Ч. 2: Хрестоматия / под ред. С. Жеребкина. Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2001. С. 306–335.

Женщина и визуальные знаки: сб. ст. / под ред. А. Альчук. М.: Идея-Пресс, 2000.

Кирилина А. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации (Серия: «Учебные пособия по гендерной теории в гуманитарных науках»). М.: РОССПЭН, 2004.

Кон И. Отцовство как компонент мужской идентичности // Демоскоп Weekly. 2006. № 237–238 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0237/analit03.php> (дата обращения: 08.10.2017)

Кук Д. Третье плавание капитана Джеймса Кука. М.: Мысль, 1971.

Леви-Стросс К. Печальные тропики / Пер. с фр. Г. А. Матвеевой; науч. консультант и авт. предисл. Л. А. Файнберг. М.: Мысль, 1984.

Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Канон+: РООИ «Реабилитация», 2012.

Ницше Ф. Так говорил Заратустра. Книга для всех и ни для кого / Пер. с нем. М.: Интербук, 1990.

О мужественности: сб. ст. / Сост. С. Ушакин. М.: НЛО, 2002.

Ратцель Ф. Народоведение / [Соч.] проф. д-ра Фридриха Ратцеля; Пер. со 2-го соверш. перераб. нем. изд., с разреш. изд. подлинника, с библиогр. указ., [предисл.] и доп. Д. А. Корочевского. 2-е изд. со стереотип. Т. 1–2. СПб.: Просвещение, 1902.

Российский гендерный порядок: социологический подход / под ред. Е. Здравомысловой, А. Тёмкиной. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2007.

Чернова Ж. Нормативная мужская сексуальность: (ре)презентации в медиадискурсе // В поисках сексуальности / под ред. Е. Здравомысловой, А. Тёмкиной. СПб., Дмитрий Буланин, 2002. С. 527–549.



Энциклопедия символов, знаков, эмблем / сост. В. Андреева и др. М.: Локид: Миф, 1999.

Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. М. — СПб., 1997.

Dawson M. The consumer trap: Big business marketing in American life. Champaign: University of Illinois Press, 2003.

Dohscha S., Ozanne J. L. An ecofeminist analysis of environmentally sensitive women using qualitative methodology: The emancipatory potential of an ecological life // Journal of Public Policy and Marketing, 2003. № 20(2). P. 201–214.

Kozinets R. V. Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man // Journal of Consumer Research, 2002. № 29(1). P. 203.

Kozinets R. V. and Handelman J. Adversaries of consumption: Consumer movements, activism, and ideology // Journal of Consumer Research, 2004. № 31(3). P. 691–704.

Le Breton D. Tatouages et piercing... un bricolage identitaire? // Identite(s): L'individu, le groupe, la societe. Paris, 2004. P. 109–115.

Sanders C. R. Marks of mischief: Becoming and being tattooed // Journal. of contemporary ethnography. Newbury Park, 1988. Vol. 16. N 4. P. 395–432.

Spencer B. The native tribes of central Australia / Ed. by Spencer B. and F. J. Gillen. Macmillan and Co., Limited: The Macmillan Company, 1899.



DOI: 10.19181/inter.2018.16.6

## What the tattooed body tells: the gender aspect in the experience of visual sociology

Ekaterina Vorobyova\*

\*Vorobyova Ekaterina — independent researcher. e-vorobieva@yandex.ru

*The article is devoted to the analysis of the gender aspect of modern tattooing performed by the visual method. The object of the analysis is tattooing of men and women, the subject is the representation of one's own gender and the perception of the opposite gender representation through the tattoo. It is shown that modern tattooing mostly reproduces the cultural discourse of normative femininity and masculinity. However, some tattoo consumers challenge this norm. Three types of tattoos for both sexes are identified and interpreted: (1) tattoos that emphasize the gender of their wearers, (2) gender-neutral tattoos and (3) gender perversion tattoos. The visual analysis of tattoos is supplemented by a set of examples from interviews with tattooed respondents previously conducted by the author.*

**Keywords:** tattooing, gender representation, consumer behavior, visual analysis

### References

Alchuk A. (ed) (2000) *Zhenshchina i vizualniye znaki* [Woman and visual signs], M.: Ideya-Press.

Andreyeva V. et al. (eds) (1999) *Entsiklopediya simvolov, znakov, emblem* [Encyclopedia of symbols, signs, emblems], Moscow: Lokid, Mif.

Bovuar S. de. (1997) *Vtoroi pol.* Vol. 1–2. Ed. by S. G. Aivazova. M.: Progress; SPb.: Aleteya.

Chernova J. (2002) Normativnaya mouzhskaya seksualnost: (re)prezentacii v mediadiskourse // *V poiskah seksualnosti / pod red. E. Zdravomislovoi i A. Temkinoi.* SPb.: Dmitriy Boulanin, pp. 527–549.

Cook D. (1971) *Tret'ye plavaniye kapitana Dzheimsa Kooka* [The 3rd journey of captain James Cook]. Moscow: Mysl'.

Dawson M. (2003) *The consumer trap: Big business marketing in American life.* Champaign: University of Illinois Press.

Dohscha S., Ozanne J. L. (2003) An ecofeminist analysis of environmentally sensitive women using qualitative methodology: The emancipatory potential of an ecological life // *Journal of Public Policy and Marketing*, no 20(2), pp. 201–214.

Goffman I. (2001) Genderniy display [Gender display]. At: *Vvedeniye v genderniye issledovaniya. Vol.2: Hrestomatiya*, Ed by. S. Zhrebkin. Harkov: HCGI; SPb.: Aleteya,, pp. 306–335.

Kirilina A. (2004) *Genderniye issledovaniya v lingvistike i teorii kommunikacii* [Gender studies in linguistics and theory of communication]. M.: ROSSPEN.

Kon I. Otsovstvo kak component mughskoi identichnosti [Fatherhood as a part of male identity]. *Demoskop Weekly*, 2006, no 237–238. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0237/analit03.php> (accessed at: 08.10.2017)

Kozinets R. V. (2002) Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man. *Journal of Consumer Research*, no 29(1), pp. 203.

Kozinets R. V., Handelman J. (2004) Adversaries of consumption: Consumer movements, activism, and ideology. *Journal of Consumer Research*, no 31(3), pp. 691–704.

Le Breton D. (2004) *Tatouages et piercing... un bricolage identitaire? Identite(s): L'individu, le groupe, la societe*. Paris, pp. 109–115.

Levi-Stross K. (1984) *Pechal'niye tropiki* [Sad tropics]. Translated by G.A. Matveyeva; Advisor L.A. Fainberg. M.: Mysl'.

Luman N. (2012) *Realnost' massmedia* [Reality of mass media]. Translated by A. Yu. Antonovskij. M.: Kanon+: ROOI «Reabilitaciya».

Miller P., Rose N. (1997) Mobilizing the consumer; assembling the subject of consumption. *Theory Culture and Society*, no 14(1), pp. 1–33.

Nietzsche F. (1990) *Tak govoril Zaratoustra. Kniga dlya vseh I ni dlya kogo* [So said Zarathustra. A book for everyone And for no one]. M.: Interbook.

Ratzel F. (1902) *Narodovedeniye* [Science of people]. Ed. by D.A. Koropchevskij. 2nd edition. Vol. 1–2. SPb.: Prosveshcheniye.

Horkheimer M., Adorno T. (1997) *Dialektika Prosveshcheniya* [Dialectic of the Enlightenment]. M. — SPb.

Zdravomislova E., Temkina A. (eds.) (2007) *Rossiiskiy genderniy poryadok: sociologicheskij podhod* [Gender order in Russia: sociological approach], SPb.: EU SPb.

Sanders C. R. (1988) Marks of mischief: Becoming and being tattooed // *Journal of contemporary ethnography*, Newbury Park, vol. 16. no 4, pp. 395–432.

Sanders C. R. (1989) *Customizing the Body: The Art and Culture of Tattooing*. Philadelphia: Temple University Press.

Spencer B. (1899) *The native tribes of central Australia*. Ed by Baldwin Spencer and F. J. Gillen. Macmillan and Co., Ltd: The Macmillan Company.

Ushakin S. (ed.) (2002) *O mujestvennosti* [About the masculinity]. M.: NLO.

Vanke A. (2011) Mujskaya seksualnost v discourse journala Men's Health [Male sexuality in discourse of Men's Health journal]. *Zdorovie I intimnaya jizn: sociologicheskiye podhodi*. Ed. by E. Zdravomislova, A. Temkina. SPb.: EU SPb, pp. 178–209.

Vinsent S. J. (2016) *Anatomiya modi: manera odevat's'a ot epokhi Vozrojdeniya do nashih dnei* [Anatomy of fashion: the manner of dressing from the Renaissance to the present day]. M.: NLO.

Vorobieva E. S. (2016) Formirovaniye motivatsii k tatuirovaniyu kak mekhanizm konstrouirovaniya identichnosti. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no 6. URL: [http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/2016/6/sociology/vorobiyova.pdf](http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2016/6/sociology/vorobiyova.pdf) (accessed at: 08.10.2017)