

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ / SOCIAL STRUCTURE,
SOCIAL INSTITUTIONS AND PROCESSES

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.78>

КРАСОТА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ КОНСТРУКТ: УПРАВЛЕНИЕ ЖЕНСКИМ ТЕЛОМ ПОСРЕДСТВОМ
ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ

Научная статья

Пермякова В.А.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-5513-9304;

¹ Высшая школа экономики, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (val18permyakova[at]gmail.com)

Аннотация

Статья посвящена изучению практик управления женщинами своим телом посредством пластических операций и оценке социокультурного влияния на формирование стандартов красоты в обществе. Изучаются идеалы красоты, доминирующие среди женщин, социокультурные предпосылки и каналы влияния на формирование этих идеалов. В исследовании на материалах глубинных интервью с женщинами, прибегавшими к пластическим операциям и планирующими это сделать в будущем, раскрывается конфликт представлений о красоте, который проявляется в противопоставлении внутренней и внешней красоты. Кроме того, рассматривается дискурс, сфокусированный на концепте идеальной красоты и различиях в его трактовке среди представительниц разных поколений.

Ключевые слова: социальный конструкт, идеалы красоты, пластическая хирургия, женское тело, стандартизация.

BEAUTY AS A SOCIAL CONSTRUCT: CONTROLLING WOMEN'S BODIES THROUGH PLASTIC SURGERY

Research article

Permyakova V.A.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-5513-9304;

¹ HSE University, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (val18permyakova[at]gmail.com)

Abstract

The article is dedicated to the study of women's body control practices through plastic surgery and the evaluation of sociocultural influence on the formation of beauty standards in society. The beauty ideals that dominate among women, the sociocultural preconditions and channels of influence on the formation of these ideals were studied. The research uses materials of in-depth interviews with women who have undergone plastic surgeries and who plan to do it in future and reveals the conflict of ideas about beauty which manifests itself in the opposition of inner and outer beauty. In addition, the discourse focused on the concept of ideal beauty and the differences in its interpretation among the representatives of different generations is considered.

Keywords: social construct, beauty ideals, plastic surgery, female body, standardization.

Введение

Современная индустрия пластической хирургии в последние годы стала массовой и доступной. Об этом свидетельствуют данные последнего исследования Международного общества эстетической пластической хирургии (ISAPS), согласно которым общее количество хирургических вмешательств в мире увеличилось на 7,4% в 2019 г., в сравнении с 4% в 2017 г [7]. Российский рынок пластики переживает настоящий бум вот уже несколько лет подряд – страна входит в ТОП-10 по количеству проведенных процедур пластической хирургии [7]. Тело в свою очередь воспринимается не только с биологической точки зрения, но и как социальный «продукт» [2], [9], порождая его товаризацию и идеализацию [5]. Можно наблюдать, как тема пластической хирургии вышла за пределы медицины, и стала предметом исследования психологов, культурологов, социологов, маркетологов.

Телесные модификации становятся предметом широкого потребления, и это, с одной стороны, проблематизирует рынок красоты, поднимает вопросы о норме и патологии в сложившейся ситуации, с другой – добавляет актуальности данному исследованию, в котором предпринята попытка разобраться, как женщины в мегаполисе управляют своим телом посредством пластических операций и какую роль в этом играют их представления о красоте.

Теоретические предпосылки

В современном обществе востребован определенный тип человека: уверенного в себе, амбициозного и целеустремленного, социально и профессионально реализованного, при этом обладающего привлекательной внешностью, которая все чаще отождествляется с достоинством и успехом [11]. Опираясь на социокультурную теорию, многие исследователи обнаружили влияние социальных факторов на неудовлетворенность людьми своими внешними данными [4], [6], а также связь между идеализованными образами женской красоты и негативным влиянием этого образа на физическое, психологическое здоровье женщин [8].

Нарушение образа тела и конструирование «телесного канона» связано с особенностями постиндустриального общества и сопровождающимися его социальными, экономическими и политическими явлениями. В процессе усвоения этих явлений индивид конструирует свою собственную реальность через практики, действия, события, которые

впоследствии хабиитуализируются, то есть становятся частью повседневности [10]. Например, когда женщины все чаще прибегают к услугам пластических хирургов, со временем это превращается в обыденность, а новые формы частей тела – губ, груди, носа – становятся общепризнанными идеалами.

В любом социальном контексте, культуре и историческом периоде существуют антропологические предпосылки в сфере красоты и сексуальности, что дает понять, что представления о красоте – продукт созданных человеком социокультурных образований, нежели биологической человеческой природы [10].

Методология исследования и дизайн выборки

Для реализации эмпирической части исследования было проведено 20 глубинных интервью с женщинами разных возрастов, проживающими в Москве и, что является основным критерием, имеющими в прошлом опыт пластических операций, либо планирующими сделать это в будущем. Анализ нарративов проводился методом *тематического анализа с многоступенчатым кодированием*. В процессе кодирования были выделены сначала коды анализа, затем категории и подкатегории. В исследовании была построена *выборка максимальной вариации* для того, чтобы избежать гомогенности в характеристиках информантов и добиться теоретического насыщения. Информантами стали женщины в возрасте от 19 до 69 лет, различных профессий, семейного положения, образования (табл.1).

Таблица 1 - Портрет женщин, опрошенных в исследовании

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.78.1>

№	Возраст (лет)	Род деятельности	Вид пластической операции
1	19	Студентка	Маммопластика
2	20	Студентка	Контурная пластика губ, в планах: маммопластика и ринопластика
3	20	Студентка, специалист по тендерам	В планах ринопластика и контурная пластика губ
4	20	Студентка, мастер по шугарингу	В планах маммопластика и ринопластика
5	20	Репетитор	Ринопластика
6	20	Студентка, специалист депозитария	Контурная пластика губ, в планах блефаропластика
7	20	Менеджер	Ринопластика
8	20	Студентка	Ринопластика
9	21	ИП	В планах ринопластика
10	24	Студентка	Удаление комков Биша
11	25	Танцовщица	Маммопластика, в планах повторная маммопластика, ринопластика, блефаропластика, контурная пластика губ
12	29	Администратор медицинского центра	Маммопластика, хирургическая пластика губ, липосакция живота и бедер, удаление комков Биша, ринопластика. В планах пластика ягодиц, подбородка, скул
13	32	Банковский работник	Ринопластика
14	35	В декретном отпуске (ранее – специалист в компании сотовой связи)	Блефаропластика
15	40	Ведущая мероприятий, визажист	Маммопластика дважды, ринопластика
16	42	Руководитель отдела продаж	Маммопластика
17	49	Парикмахер, стилист	Филлеры в носогубные складки и в межбровную

			зону. В планах круговая подтяжка лица
18	50	Дизайнер одежды	Маммопластика, абдоминопластика, блефаропластика
19	58	Кардиолог	Круговая подтяжка лица
20	69	На пенсии (ранее – продавец)	Блефаропластика, круговая подтяжка лица

Результаты

Пластическая операция, будучи средством управления телесными капиталами и широко применяемым инструментом конструирования красоты, плотно связана с представлениями о красоте. Это важно не только потому, что формирование идеала красоты у женщины способно стать триггером для пластической операции, но и потому, что эстетические модификации позволяют конструировать идеал красоты из своего тела, переносить его из мира сознания в физический мир [1].

Влияние общества, в том числе близкого окружения, на решение сделать пластическую операцию прослеживается в нарративах информантов:

«Ой, это, наверное, на самом деле глупо, но у меня сделала моя подружка [увеличение груди], и после этого у меня появилось твердое желание сделать прям в тот же день» (информант № 11, 25 лет).

Существуют стандарты красоты, которые несут с собой определенную выгоду. Так, например, информантка – уроженка одной из кавказских республик, прибегавшая к услугам пластической хирургии, рассказывает, что женщина в их культуре к моменту замужества должна быть «шаблонно» красива, даже если это вмешательство хирургов, ведь чем она красивее, тем больший выкуп за неё получит ее семья, и тем лучшего мужа может получить девушка:

«Внешность в нашей семье ставится на такое высокое место, потому что там все торгуют людьми. Это такое национальное. Думаю, если бы я росла в Москве, я бы не была так озабочена своей внешностью» (информант №1, 19 лет).

Осознание физического несовершенства приходит через сравнение себя с другими, в особенности если этот другой – транслируется СМИ. Приближение к физическому облику транслируемого идеала мысленно приближает девушку к желаемому стилю жизни:

«Она выглядит вот так, и у неё такая жизнь, у неё деньги, у неё Bentley. Если ты такая же, у тебя будет ровно также. Всё в жизни наладится, сразу найдется какой-нибудь олигарх» (информант №13, 32 года).

Культурные коды, формирующие образ идеального тела и лица, передаются часто не напрямую: их посредниками выступает ближайшее социальное окружение, в особенности те, кто окружают женщину в период первичной социализации и ближайшие за ней годы: семья, одноклассники и пр.

Анализ интервью позволил выделить несколько типов представлений об идеалах красоты:

- Идеалом является определённый типаж,
- Идеалом является конкретный человек,
- Идеал – это внутренняя красота, «красота души»,
- Отсутствие идеала красоты.

Установка «идеал-типаж» характерна для женщин, имеющих четкое представление о красоте. «Пухлые губки, красивый носик, глазки, светлые волосики», «худые с пышными формами», «мулатки». Как обобщают сами женщины — это «стандарты, которые показывают нам СМИ». Представления об идеальной внешности у этих женщин сформированы под социокультурным влиянием, они формировались на основе идеалов красоты, транслируемых через социальные сети, СМИ, глянцевого журналы, поп культуру и пр. Такой же вывод мы можем сделать для группы информантов, выделивших конкретного человека в качестве идеала красоты. Однако, что принципиально отличает «конкретную» красоту от типового набора черт — это то, что индивидуализированный образ идеала позволяет с некоторой уверенностью выявить каналы влияния на представления о красоте у обладательниц идеалов такого типа. Кайли Дженнер, Саша Маркина, Винни Харлоу, Алена Шишкова – имена, названные в качестве идеала красоты – это российские и зарубежные модели. Красота, транслируемая через модельный бизнес, укореняется, нормируется, превращается в идеал. Модельная индустрия практически монополизировала представления о красоте в Соединенных Штатах [3], есть основания полагать, что в России часть женщин также подвержена этому влиянию.

Концепт внутренней красоты отсылает нас к дискурсу о том, что рынки способствуют редукции индивида, чему пытается противостоять культура. Рынок пластической хирургии паразитирует на неврозе, создавая иллюзорность идеальной красоты, размножая стандарты, которые также быстро захватывают рынок, как и выходят из моды. Тот факт, что большинство женщин, решивших изменить свою внешность с помощью пластической хирургии, говорят о том, что главное – «гармония», «главное, какой человек», показывает, что эта категория женщин продолжает осмыслять каноны восприятия красоты. Это относится, к возрастным женщинам, для которых красота ассоциируется в первую очередь с молодостью:

«Молодость прекрасна своей молодостью. К сожалению, когда мы молодые, мы неправильно себя оцениваем, у нас у всех есть к себе претензии, что, например, грудь маленькая, талия недостаточно тонкая, еще что-то не так» (информант №17, 49 лет).

«В идеале внешность не главное, главное – какой человек» (информант №14, 35 лет) — такое видение встречается у замужних женщин 35-40 лет, у которых есть дети. Эти женщины делали пластическую операцию в первую очередь

для себя, и они не преследовали целей приблизиться к абстрактному идеалу красоты, стать похожими на конкретную личность или соответствовать стандартам общества. Эти женщины не чувствительны к каналам, пропагандирующим идеалы внешности, поскольку этим каналам не на что «надавить»: 35-40 летние женщины уже переросли свои детские и подростковые комплексы, но при этом еще не дошли до периода активного старения. Кроме того, проявления такой парадигмы прослеживается у молодых девушек, которые противостоят культуре идеализации через противопоставление, например, через идеалы феминистского движения, продвижение бодипозитива.

«Эффект пресыщения» стандартизированной красотой, наблюдается у группы информантов, которые допускают проявление красоты в самых разных формах и не имеют так называемых идеалов:

«У каждого своё представление о красивом, нет общепринятых правил. Для меня это красиво, а для кого-то ужасно» (информант №20, 69 лет)

«А вообще я люблю не похожих на всех девушек, то есть мне всё меньше нравятся девушки, у которых пухлые губы, скулы сделаны, ресницы, волосы длинные» (информант №1, 19 лет).

«Приемлю любые типажи» – главная установка женщин, не ассоциирующих понятие красоты с отдельными, четко сформулированными идеалами внешности. Эти женщины менее всего подвержены социокультурным влияниям, но в то же время, они не пытаются противостоять процессам, происходящим в нем.

Заключение

Наличие в обществе определенных внешних идеалов: правильных черт лица, «идеального» веса и т.п. обуславливается тем, что тело является не только частью природы, но и частью культуры: тело человека в обществе, помимо выполнения базового набора биологических и физиологических функций, выступает посредником в процессах социального взаимодействия, объектом политического контроля, носителем сакральной символики. Образ тела – это результат социального конструирования и продукт «осмысления» собственного существования в мире. Символическое конструирование порождает телесные каноны. Тем не менее погоня за стандартизированными идеалами красоты оказалась не ключевой темой в дискурсе проинтервьюированных женщин. Гораздо важнее им показалось чувствовать себя гармонично в своём теле, хотя при этом женщины легко допускают, что для достижения этой цели им требуется прибегнуть к услугам пластических хирургов. В ходе исследования удалось определить различия взглядов на идеал красоты у женщин разных возрастов. Оказалось, что представительницы старшего поколения менее чувствительны к стандартизации и идеализации красоты, чем молодежь.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Crossley N. The social body: Habit, identity and desire / N. Crossley – United States: Sage Publications Ltd, 2001. – 170 p.
2. Karamallah M. Sociological study of the factors affecting body management. / M. Karamallah, M. Ghanavati, Z. Ghaderpour et al. // Biomedical Research. – 2018. – Vol. 29.
3. Mears A. The making of a fashion model / A. Mears – Oakland: University of California Press, 2011. – 328 p.
4. Mellor D. Sociocultural influences on body dissatisfaction and body change behaviors among Malaysian adolescents. / D. Mellor, M. McCabe, L. Ricciardelli et al. // Body Image. – 2009. – Vol. 6. – p. 12-18.
5. Sandel M. What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets. / M. Sandel – London: Allen Lane, 2012. – 256 p.
6. Stojic J. Body Image and Sociocultural Predictors of Body Image Dissatisfaction in Croatian and Chinese Women.. / J. Stojic, X. Dong, X. Ren // Front Psychol. – 2020. – Vol. 6.
7. Global Survey from ISAPS [Electronic source] // The International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS). – 2020. – URL: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/ISAPS-Global-Survey-2019-Press-Release-English.pdf>. (accessed: 19.07.22)
8. Thompson K. The Media's Influence on Body Image Disturbance and Eating Disorders: We've Reviled Them, Now Can We Rehabilitate Them?. / K. Thompson, L. Heinberg // Journal of social issues. – 1999. – Vol. 55. – p. 339-353.
9. Turner B. Regulating Bodies. Essays on Medical Sociology / B. Turner – London: Routledge, 1992. – 288 p.
10. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
11. Орлова И. Взаимопересечения социологии знания, социобиологии и социологии тела. / И. Орлова // Власть. – 2014. – №9. – с. 100-105.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Crossley N. The social body: Habit, identity and desire / N. Crossley – United States: Sage Publications Ltd, 2001. – 170 p.
2. Karamallah M. Sociological study of the factors affecting body management. / M. Karamallah, M. Ghanavati, Z. Ghaderpour et al. // Biomedical Research. – 2018. – Vol. 29.

3. Mears A. The making of a fashion model / A. Mears – Oakland: University of California Press, 2011. – 328 p.
4. Mellor D. Sociocultural influences on body dissatisfaction and body change behaviors among Malaysian adolescents. / D. Mellor, M. McCabe, L. Ricciardelli et al. // *Body Image*. – 2009. – Vol. 6. – p. 12-18.
5. Sandel M. What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets. / M. Sandel – London: Allen Lane, 2012. – 256 p.
6. Stojcic J. Body Image and Sociocultural Predictors of Body Image Dissatisfaction in Croatian and Chinese Women.. / J. Stojcic, X. Dong, X. Ren // *Front Psychol*. – 2020. – Vol. 6.
7. Global Survey from ISAPS [Electronic source] // The International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS). – 2020. – URL: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/ISAPS-Global-Survey-2019-Press-Release-English.pdf>. (accessed: 19.07.22)
8. Thompson K. The Media's Influence on Body Image Disturbance and Eating Disorders: We've Reviled Them, Now Can We Rehabilitate Them?. / K. Thompson, L. Heinberg // *Journal of social issues*. – 1999. – Vol. 55. – p. 339-353.
9. Turner B. Regulating Bodies. Essays on Medical Sociology / B. Turner – London: Routledge, 1992. – 288 p.
10. Berger P. Social'noe konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sociologii znaniya [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge] / P. Berger, T. Lukman – M.: Medium, 1995. – 323 p. [in Russian]
11. Orlova I. Vzaimopereesecheniya sociologii znaniya, sociobiologii i sociologii tela [The Intersection of the Sociology of Knowledge, Sociobiology and the Sociology of the Body]. / I. Orlova // *Vlast' [Power]*. – 2014. – №9. – p. 100-105. [in Russian]