

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2021.46.19.011

Диалектика коннотации понятия «бодипозитивизм» в современном социокультурном пространстве

Цветус-Сальхова Татьяна Эдуардовна

Кандидат культурологии,
старший преподаватель кафедры театрализованных представлений и праздников,
Кемеровский государственный институт культуры,
650056, Российская Федерация, Кемерово, ул. Ворошилова, 17;
e-mail: cvetus@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются предпосылки, зарождение и развитие понятия «бодипозитивизм» в современном социокультурном пространстве. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в настоящее время мало научных работ, раскрывающих этот термин. В рамках гуманитарных дисциплин достаточно широко рассматривается тот факт, что тело – это не только объект, но и субъект, так как человек действует телесно на предметы (объекты), в том числе и на самого себя. Самоидентификация личности – тонкий процесс, который зависит от многих факторов. Влияние окружающего мира накладывает свой отпечаток на формирование позитивного или негативного отношения к себе и своему телу, а соответственно, и на структурирование «социального», а также на создание «идеального тела» и «идеальной красоты» человека. В статье анализируются причины, формирующие негативное отношение к телу. Идеалы красоты менялись на протяжении всей истории человечества – от художавости Христа и полного аскетизма в Средневековье до пышных форм Возрождения и Нового времени. Но только в настоящее время так неистово проявляется желание человека угнаться за «идеалом», используя все возможные технические, косметические и медицинские технологии. Делается вывод о том, что телесная дисморфия обусловлена отсутствием социальной толерантности к личности, а следовательно, и к телу человека как личной неприкосновенности.

Для цитирования в научных исследованиях

Цветус-Сальхова Т.Э. Диалектика коннотации понятия «бодипозитивизм» в современном социокультурном пространстве // Культура и цивилизация. 2021. Том 11. № 5А. С. 79-84. DOI: 10.34670/AR.2021.46.19.011

Ключевые слова

Идеальная красота, тело, бодипозитивизм, бодишейминг, телесная дисморфия.

Введение

Параллельно с конструированием нового научного представления о теле как физическом механизме вербальные и визуальные тексты свидетельствуют о построении новой культурной репрезентации тела как основы общественных отношений.

Так как современная культура – это культура с резко выраженной телесной ориентацией, этот факт не мог не сказаться на том, что проблема телесности заняла одно из ведущих мест в области исследовательских интересов различных гуманитарных дисциплин, о чем свидетельствуют многочисленные работы отечественных и зарубежных авторов. Соответственно, фундаментальным вопросом гуманитарного, прежде всего философского, познания оказывается вопрос о соотношении тела и духа, о характере их взаимосвязи [Зинченко, Леви, 2005, 344-355].

Представления о красоте как единице измерения визуального текста социально-культурного пространства всегда является не константой, а переменной в истории человечества. Это понятие является субъективным с точки зрения самого человека, так как имеет свое значение и свой смысл для каждого. По мнению древнеримского поэта Квинта Горация, «ничто не может быть красиво со всех точек зрения», т. е. ракурс мнения меняется с индивидуальной точки зрения каждого в определенный временной отрезок.

О каком бы времени, обществе, культуре ни шла речь, осознание тела невозможно отделить от представлений о жизни и видения мира.

Идеалы красоты

На протяжении всей истории менялось понятие об идеале красоты человеческого тела, особенно женского. Л.Н. Толстой считал, что «красота телесных форм всегда совпадает с понятием о здоровой силе, о деятельности жизненной энергии». Для И.Ф. Шиллера же красота – это «добродетель, красивая женщина не может иметь недостатков». По мнению Оскара Уайльда, «красота – подарок на несколько лет». И, наконец, Пьер де Ронсар считает: «Красота – непрочный материал, и как бы ярко день нам ни сиял, он минет, как минует все на свете».

В наше время, когда сначала появились глянцевые журналы о моде, телевизионная реклама, фильмы, музыкальные клипы, передачи о моделях, где идеалом женской красоты стали пресловутые «90-60-90» (а то и меньше), а идеалом мужской стали – накаченный пресс кубиками и надутые бицепсы и трицепсы, произошло деформирование сознания. В свое время была популярна идея, высказанная однажды Кейт Мосс: «Нет ничего вкуснее, чем чувствовать себя худым».

Изображения сопровождали и подпитывали религиозную рознь, как в настоящее время подпитывают социальную, поскольку обладают силой непосредственного воздействия на человека, так как 80% информации воспринимается именно визуально. Постоянно находясь перед глазами (места массового скопления людей, трансляция через СМИ), образ «идеального тела» проникает в сознание и начинает играть ключевую роль для понимания репрезентации тела.

И, конечно, у современных девочки/девушки или юноши возникает вопрос: «А то ли у меня тело? А красив(а) ли я?» Под информационным прессингом человек начинает терять уверенность в себе, особенно в своем теле. На протяжении очень длительного времени СМИ влияют на создание образа «идеальной красоты», призывая покупать спортивные тренажеры и

таблетки для похудения. В Корею, например, самым лучшим подарком будет сертификат на проведение пластической операции (увеличение разреза глаз, исправление носа, увеличение груди).

Для того чтобы понять формирование идеала красоты, которое так распространено в наше время, проследим историю его трансформации за последние почти сто лет.

В 1940-х гг. идеалом считались стройные девушки, у которых были безупречная кожа и пышущие здоровьем тела. Они не стеснялись «открывать» руки и ноги и с удовольствием их демонстрировали. Именно тогда появился стиль пин-ап (графическое изображение полуобнаженной женщины). Идеалом этого образа стала Рита Хейворт. Мэрилин Монро, Софи Лорен и Бриджит Бордо – идеал красоты и идолами в кинематографии в 1950-е гг. Длинные ноги, шикарная грудь, фигура «песочные часы» стали их визитной карточкой. В 1960-е гг., благодаря образу Лесли Лоусон, стало модно быть худым. Несмотря на то, что сама Лесли призывала девушек не ориентироваться на ее хрупкое, чересчур худощавое тело, которое у нее было от природы, девушки начали голодать и доводить себя до анорексии.

Если мы заглянем в 1990-е гг., то мода ориентирует уже на спортивных, подтянутых девушек, похожих на Кейт Мосс. В 2000-х гг. появляются модели Victoria's Secret, где размеры одежды ориентируются на XS (размер 38-40) и параметры 90-60-90. В настоящее время появляется все больше программ о моделях, размер которых определяется как plus-size (одежда больших размеров 48-...).

Бодипозитивизм

Изучая отношение к телу в Средневековье и в истории Нового времени, Жак Желис писал: «Христианский дискурс тела и провоцируемые им образы постоянно балансируют между его облагораживанием и превращением в нечто презренное» [Там же, 14]. Данное высказывание является актуальным и в наше время. Но уже относится не к религиозному мировоззрению, а скорее социальному и культурному. Тело остается столь же двойственным и непостоянным, как и его обладатель.

Отсюда рождаются новые формы репрезентации тела и его понимания, а вернее будет сказать о его принятии в современном обществе. Например, бодипозитивизм (от англ. body – «тело», positive – «положительный») – положительное отношение к своему телу, одна из ветвей феминизма, ставшего набирать популярность в последнее время. В целом это философия принятия женского тела таким, какое оно дано природой. Существует также и бодипозитивизм, направленный на принятие тела мужского, только развит он совсем слабо.

Несмотря на то, что понятие «бодипозитивизм» получило широкое распространение только после 2000-х гг. благодаря интернет-ресурсам, оно появилось в 1990-х гг. Его авторами выступили две американские феминистки – писательница Конни Собчак (Connie Sobczak) и психотерапевт Элизабет Скотт (Elizabeth Scott). Их идеология о принятии собственного тела таким, как оно есть, была предназначена для людей, которые страдали от комплексов по поводу своей нестандартной внешности (например, при ампутации конечности, при врожденных физических недостатках). Для помощи таким людям и было создано сообщество, которое носило название «The Body Positive».

«Бодипозитивизм» – значит любить себя. Не просто, стоя у зеркала, уговаривать себя, что ты себя любишь, а действительно любить себя и делать все, чтобы тебе и твоему телу было хорошо. Достаточно было бы соблюдать несколько несложных правил. Однако выглядеть

хорошо и чувствовать себя прекрасно, не озираясь на «социальные нормы красоты», не получается, так как эталоны красоты порождены необходимой, продуманной и четко спланированной целью.

Как правило, этой целью являются деньги. Но правильнее будет выразиться – прирост доходов рекламодателей, которые, в свою очередь, платят деньги СМИ, а те создают нужные идеалы. Мы приходим к выводу о том, что даже не мнение большинства является рычагом давления на человека, а определенный круг людей с огромными деньгами, которые, благодаря средствам информации, имеют влияние на мнение большинства. В своей книге «Миф о красоте. Стереотипы против женщин» Наоми Вульф приводит конкретные цифры: «Самые доходные и могущественные индустрии – это индустрия похудения с ежегодным доходом \$33 млрд, индустрия косметики с ежегодным доходом \$20 млрд, индустрия эстетической хирургии с доходом \$300 млн в год и индустрия порнографии с доходом \$7 млрд в год. Все они были созданы и процветают за счет подсознательных страхов, и все они благодаря своему воздействию на массовое сознание не просто используют, но и подстегивают и укрепляют их» [Вульф, 2013, 17].

Как это работает? «Результаты последних социологических исследований показывают, что в сознании большинства внешне привлекательных и успешных работающих женщин западных стран, которые, казалось бы, полностью контролируют свою жизнь, неизменно присутствует “подводное течение”, лишаящее их ощущения подлинной свободы. Это чувство ненависти к себе, навязчивые комплексы по поводу своей внешности, страх перед старением и утратой контроля над своей жизнью, которые возникают под воздействием навязываемых нам представлений о красоте» [Там же, 12].

Страх перед мнением большинства делает нас неуверенными в себе до такой степени, что слабым становится и наш дух, уязвимой становится наша душа. Внутренняя красота уходит на второй план, а то и вовсе исчезает под натиском пропаганды идеальных внешних форм тела. Бодипозитивизм же призывает к тому, чтобы ограничить и сократить воздействие рекламы (и не только) на формирование мнения относительно себя. Он интерферирует (распределяет) воздействие внешних социальных факторов на личностную самоидентификацию.

Помимо страха, у мифа о красоте есть еще один враг – осуждение. «Осуждение – это именно то, что питает миф о красоте, и чтобы развенчать его, нам надо перестать осуждать самих себя и других женщин за то, что он осуждает нас» [Там же, 215].

Телесная дисморфия: почему люди ненавидят свое тело?

Представление о теле как о чем-то сугубо идеальном стало одновременно вульгарным и почитаемым, стимулируя социальные страхи и акты социального возмездия, которыми некоторые умело пользуются и даже злоупотребляют. Осуждение породило другую категоричную форму отношения к телу – «бодишейминг» (от англ. body – «тело», shame – «стыд»). Его концепцией стало негативное отношение к людям, которые «прикрывают свою лень словами “А мне нравится, как я выгляжу!”». Социум резко выказывает свое недовольство несмотря на то, что в мире давно говорят о толерантности. И мы не имеем в виду толерантность как доброжелательное отношение к другой национальности или расе. Мы говорим о социальной толерантности, т. е. о принятии человека таким, как он есть, и о его право быть не как все, а быть самим собой. Очень тяжело оставаться самим собой физически и психологически, когда все окружающее тебя и все окружающие говорят о том, что ты не так выглядишь – не так

одеваешься, вешишь больше, чем принято, и т. п.

Культура превращает женщин в стереотипы, которые удовлетворяли бы мифам о красоте, сводя их к двум типажам – красивые и глупые с одной стороны и умные и некрасивые с другой [Там же, 49].

Возвращаясь к теме бодипозитивизма, стоит сказать, что идеальная красота поэтому и является идеалом, что в реальности ее не существует. Бодипозитивизм направлен на то, чтобы вы смогли выйти из-под власти стереотипов и рекламы, чтобы вы перестали бояться и стесняться своего тела, чтобы вы сами решали, где ваши плюсы и есть ли у вас вообще минусы. Но самое главное – бодипозитивизм поможет вам в единственно важном – в том, чтобы искренне полюбить себя.

Заключение

Понятие «бодипозитивизм» – новое, но до сих пор неоднозначное. Одни говорят, что этой философии стоит придерживаться, так как каждый человек уникален по своей природе и надо принимать себя таким, какой ты есть. Другие считают, что бодипозитивизм – это лишь оправдание тех, кто не стремится к идеальному себе. Но мир меняется с такой невероятной скоростью, что даже профессиональные аналитики не в силах уследить за всем, что происходит, а тем более прогнозировать что-то на будущее. Никто не может сказать, что будет с индустрией красоты через 10 лет, поэтому и говорить о том, что бодипозитивизм будет нужным явлением, сложно. Неясно и то, приобретет ли это направление нужный размах в России и в мире, ведь на данный момент еще не попадались статьи ни в научных, ни в популярных журналах, развивающие эту тему. Но возможен и обратный эффект: приобрети бодипозитивизм популярность – и на этом снова станут зарабатывать деньги различные индустрии.

Библиография

1. Вульф Н. Миф о красоте. Стереотипы против женщин. М., 2013. 239 с.
2. Зинченко В.П., Леви Т.С. (ред.) Психология телесности между душой и телом. М., 2005. 731 с.

The dialectics of the connotation of the concept “body positivity” in the modern sociocultural space

Tat'yana E. Tsvetus-Sal'khova

PhD in Cultural Studies,
Senior Lecturer at the Department of directing theatrical performances and holidays,
Kemerovo State Institute of Culture,
650056, 17 Voroshilova str., Kemerovo, Russian Federation;
e-mail: cvetus@mail.ru

Abstract

The article examines the prerequisites, origin and development of the concept "body positivity" in the modern sociocultural space. The research is relevant due to the fact that there are few scientific papers that deal with this term. The fact that the body is not only an object, but also a subject is

widely considered within the framework of the humanities, since people act physically on objects, including themselves. Self-identification is a delicate process that depends on many factors: ethical and aesthetic, moral and psychological norms. The influence of the surrounding world leaves its imprint on the formation of a positive or negative attitude towards oneself and one's body, and, accordingly, on the structuring of the "social", as well as on the creation of the "ideal body" and "ideal beauty" of a person. The article analyzes the reasons that form a negative attitude to the body. The ideals of beauty have changed throughout the history of mankind from the thinness of Christ and complete asceticism in the Middle Ages to the magnificent forms of the Renaissance and modern times. But only at the present time, the desire of a person to keep up with the "ideal" is so fiercely manifested. The article concludes that body dysmorphia is caused by the lack of social tolerance to an individual, and, consequently, to the human body as personal inviolability.

For citation

Tsvetus-Sal'khova T.E. (2021) Dialektika konnotatsii ponyatiya "bodipozitivizm" v sovremennom sotsiokul'turnom prostranstve [The dialectics of the connotation of the concept "body positivity" in the modern sociocultural space]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 11 (5A), pp. 79-84. DOI: 10.34670/AR.2021.46.19.011

Keywords

Ideal beauty, body, body positivity, body shaming, body dysmorphia.

References

1. Wolf N. (2002) The beauty myth: how images of beauty are used against women. Harper Perennial. (Russ. ed.: Wolf N. (2013) Mif o krasote. Stereotipy protiv zhenshchin. Moscow.)
2. Zinchenko V.P., Levi T.S. (eds.) (2005) Psikhologiya telesnosti mezhdou dushoi i telom [The psychology of corporeality between the soul and the body]. Moscow.