

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет социальных наук
Кафедра философии и социологии
Направление подготовки 39.03.01 – Социология

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

Е.И. Тарутина Е.И. Тарутина
«27» июня 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Образ идеальной женщины в массовом сознании

Исполнитель
студент группы 663-об

В.К. Гуминская 22.06.2020 В.К. Гуминская

Руководитель
доцент, канд. истор. наук

И.А. Шахова 22.06.2020 И.А. Шахова

Нормоконтроль

И.А. Шахова 27.06.2020 И.А. Шахова

Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет социальных наук
Кафедра философии и социологии

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой

Е.И. Гарутина
подпись И.О. Фамилия

«27» июня 2020г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Туминской
Виктории Константиновны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Образ идеальной женщины в
массовом сознании
(утверждено приказом от 14.04.2020 № 21-Ф)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 27.06.2020 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: материалы и выводы,
изложенные в социологических трудах по теме ВКР,
эмпирический материал, собранный в ходе практик

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащий разработке вопросов):

Введение; Теоретические основы изучения идеала женщины как
социокультурного феномена: исторический анализ понятия, трансфор-
мирующаяся стереотипы идеала в русской культуре; Конструирование
идеала через социальные институты и внешнюю среду; Социокультурные
особенности репрезентации идеала женщины в современном типичном сознании
5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, заключений
программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) докладовская работа
содержит 122 с., 53 рисунка, 6 таблиц, 57 источников,
7 приложений

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания 27.11.2019 г.

Руководитель выпускной квалификационной работы: И.А. Шахова И.А. Шахова И.А. доцент, канд. истор. наук
Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, учено звание

Задание принял к исполнению (27.11.2019 г.):

Туминской
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 124 с., 53 рисунка, 6 таблиц, 58 источников, 7 приложений.

ВОЗРАСТНАЯ КАТЕГОРИЯ, ГЕНДЕР, ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, ИДЕАЛ, ИНФОРМИРОВАННОСТЬ, МАТЕРИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ, МОДА, МОЛОДЕЖЬ, НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ, ОТНОШЕНИЕ, ПОЛ, ПРЕДПОЧТЕНИЕ, ПРЕДСТАВЛЕНИЕ, СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ, ФАКТОР.

В выпускной квалификационной работе рассматриваются теоретические основы изучения идеала женщины как социокультурного феномена: историческая динамика идеала женской красоты и трансформирующиеся стереотипы женских образов в русской культуре. Обращается внимание на социокультурные особенности репрезентации женщины в СМИ. Выявляется идеал женщины в представлении жителей г. Благовещенска.

Выпускная квалификационная работа посвящена актуальной проблеме представлений об идеальной женщине, так как с ростом общественного и научного интереса увеличивается внимание к «женским проблемам».

Целью работы является определение особенностей представлений об идеальной женщине у людей разных возрастных категорий на примере жителей г. Благовещенска.

Объектом исследования являются жители города Благовещенска от 16 лет до 65 лет.

Предметом исследования является представление жителей города Благовещенска об идеальной женщине.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы изучения идеала женщины как социокультурного феномена.....	9
1.1 Историческая динамика идеала женской красоты.	9
1.2 Трансформирующиеся стереотипы женских образов в русской культуре	23
2 Конструирование женского образа социальными институтами современного общества	35
2.1 Социокультурные особенности репрезентации женщины в СМИ.....	35
2.2 Идеал женщины в представлении жителей г. Благовещенска.....	43
Заключение	84
Библиографический список	87
Приложение А. Плакат «Лениздата» - девушка в косынке	93
Приложение Б. Матвеев А. М. «Автопортрет с женой»	94
Приложение В. Проект Аллегро Фортиссимо. Париж 1990 года. Фото Уильям Кляйн	95
Приложение Г. Обложка «Cosmopolitan», октябрь 2018	96
Приложение Д. Программа социологического исследования	97
Приложение Е. Анкета.....	105
Приложение Ж. Программа социологического исследования	112

ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе происходят изменения в разных сферах жизни, образ женщины трансформируется по сравнению с образом, который господствовал в предыдущие эпохи, меняется социальный статус женщины.

Представления об идеальной женщине формируются посредством усвоения социальных норм, правил, которые определяют поведение человека в обществе. Часть этих социальных норм внедряется в сознание через средства массовой информации, ряд других навязывается со стороны общества, к примеру, когда наблюдается несоответствие ожидаемому гендерно-ролевому поведению.

Образ идеальной женщины тождественен идеалу внешней красоты женщины. Внешность считается основным критерием оценки женщин и одним из немногих социально приемлемых способов самореализации. Самооценка у мужчин гораздо реже зависит от соответствия стандартам красоты, и сами стандарты менее строги: быть «некрасивым» и «неухоженным» для мужчины представляет меньшую психологическую и социальную проблему, чем для женщины.

На протяжении всех времен, во всех обществах придавалась особая ценность женской красоте. Каноны женской красоты эпизодически менялись и не совпадали у наций и народов разных стран, у различных поколений и социальных групп, но мировоззренческий смысл красоты и феномена «красивая женщина» оставался неизменным.

В современном мире феномен «красивая женщина» обретает новые смыслы, превращаясь в культурно-информационный символ, который говорит о социально-демографическом, экономическом, социальном статусе личности в обществе. Практика поддержания красоты становится в наше время абсолютно легитимной, утратили силу все давние ограничения на ее

распространение.¹ В настоящее время человечество является свидетелем индустриализации красоты, подчинения ее законам рынка, появления в связи с этим новых видов профессиональной деятельности.

Существуют многочисленные исследования, посвященные образу женщины. Проводимые в этом направлении исследования в основном касались изучения гендерных стереотипов, или образов женщин в глазах общества. Однако исследований, посвященных различию в представлениях об идеальной женщине среди людей разных возрастных категорий на сегодняшний день очень мало.

Таким образом, **актуальность** бакалаврской работы обусловлена с одной стороны, с ростом как общественного, так и научного интереса к «женским проблемам», одной из которых является проблема представлений об идеальной женщине, и также с социальными трансформациями в современном обществе: генезис (изменение семьи), перераспределение ролевых отношений, феномен гендерного лидерства и т.д.

Помимо вышеуказанных причин известно, что средства массовой информации оказывают большое влияние на человека. Любая информация, идущая через СМИ, мгновенно проникает в сознание людей и формирует в нем различные мнения, установки и стереотипы. В обществе возникают гендерные стереотипы, которые формируют образы современной женщины у большинства.

Образ женщины в современной российской прессе переживает ряд трансформаций под влиянием социально-политических перемен последних десятилетий. Находясь под влиянием традиционной и жесткой патриархальной традиции, с одной стороны, и набирающими силу эгалитарными принципами – с другой, российские женщины часто находятся в состоянии дискомфорта и не могут выстроить однозначную идентичность.

¹ См.: 1 Липовецкий Ж. Третья женщина / Ж. Липовецкий // Незыблемость и потрясение основ женственности: пер. с фр. – СПб.: Алетейя, 2003. – 512 с.

В такой ситуации массмедиа часто становятся ведущим институтом, транслирующим гендерные ценности.

Все вышеперечисленное делает целесообразным изучение образа современной женщины, его соответствия представлениям об идеальной женщине у современных жителей г. Благовещенска.

Цель работы – определить особенности представления об идеальной женщине у людей разных возрастных категорий на примере жителей г. Благовещенска.

Исходя из цели работы были поставлены следующие **задачи**:

1. Исследовать теоретические основы изучения идеала женщины как социокультурного феномена.
2. Изучить теоретические материалы о конструировании женского образа социальными институтами современного общества.
3. Разработать анкету и провести исследование разных возрастных категорий жителей г. Благовещенска с целью изучения прототипов представлений об идеальной женщине.
4. Сравнить результаты опроса и выявить главные различия в идеалах женщины между опрошенными возрастными группами.
5. Выявить факторы, влияющие на представление об идеальной женщине у жителей г. Благовещенска.

Обоснование проблемной ситуации. Определение объекта и предмета исследования.

Проблема исследования:

- гносеологическая сторона – отсутствие актуальных социологических данных по данной теме;
- предметная сторона – представление об особенностях женщин непостоянно, так как исторически и культурно изменяются. Смысл, вкладываемый в выражение «идеальная женщина» меняется от поколения к поколению различно для всех социальных слоев. Сравнивая мнения современной молодежи и людей среднего и старшего возраста, можно

продемонстрировать, насколько изменилась система представлений о женственности в период выравнивания прав и возможностей мужчины и женщины в публичной и приватной сферах.

Объект исследования: жители города Благовещенска от 16 лет до 65 лет.

Предмет исследования: представление жителей города Благовещенска об идеальной женщине.

Гипотеза–основание: большинство жителей г. Благовещенска имеют собственное представление об идеальной женщине.

Гипотезы-следствия:

1. В современном обществе произошла трансформация гендерной роли женщины.

2. СМИ как институт современного общества оказывает непосредственное влияние на формирование стереотипных представлений об идеале женщины.

3. Анкетирование – это самый распространённый в социологической науке метод получения информации. Вопросы в анкете соответствуют цели исследования и служат получению информации, которая проверяет гипотезы социологического исследования.

4. Среди опрошенных жителей вопросы об образе идеальной современной женщины выявляют небольшие различия в ответах между молодежью, возрастной группой среднего и зрелого возраста.

5. На формирование современного образа идеальной женщины, по мнению благовещенцев, влияют такие факторы, как образованность, ухоженность, красота, здоровый образ жизни, сдержанность в поведении и одежде, хозяйственность и любовь к детям.

Методы исследования: анализ научной литературы по проблеме исследования, онлайн-анкетирование, методы качественной и количественной обработки полученных данных, их обобщения и анализа, содержательная интерпретация полученных результатов.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИДЕАЛА ЖЕНЩИНЫ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА

1.1 Историческая динамика идеала женской красоты.

Гендерные роли женщин и мужчин меняются по ходу истории, были и остаются различными в разных культурах и обществах, различаются в зависимости от экономики, политики, религии и прочих социальных факторов жизни конкретного общества.² Но все-таки можно говорить о некоторой традиционности гендерных ролей, которая передавалась веками от поколения к поколению.

Истоки социальной дискриминации женщин следует искать в глубокой древности. Взгляд на женщину как на неполноценное существо нашел свое отражение в теологических и философских трудах древнего мира. Чувство примитивно-грубого мужского превосходства над женщиной Сократ выразил следующими словами: «Три вещи можно считать счастьем: что ты не дикое животное, что ты грек, а не варвар, и что ты мужчина, а не женщина».³ В античном мире единственным назначением женщины признавалось рождение мужу потомства. Выйти замуж, чтобы иметь детей – такова была формула, освященная религией и законом.

Несмотря на общую тенденцию культуры патриархатного типа, социальные значения, каноны телесной привлекательности и способы регулирования женских тел претерпевали изменения на протяжении всей истории⁴. Подчиненное положение женщин в обществе принято связывать в первую очередь с репродуктивной функцией – одним из ключевых направлений социальной регуляции тел.⁵

Начиная разговор о концепте женской красоты в контексте современной культуры, необходимо сказать о том, что концепт красоты

² См.: Ильин Е.П. Пол и гендер / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 106 с.

³ См.: Морозова З. С. Эволюция социального статуса женщины / З.С. Морозова // Социально-гуманитарные знания. – 2008. – № 2. – С. 185-194.

⁴ См.: Bordo S. Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body. Berkeley: University of California Press, 1995. P. 5, 204

⁵ См.: Turner B. S. The Body and Society: Explorations in Social Theory. 3rd ed. L.: Sage, 2008. P. 101.

неразрывно связан с телесностью, которая, в свою очередь, существует в гендерном измерении.⁶ Категория «женщины» включает в себя три базовые составляющие: тело как набор признаков, трактуемых в рамках дихотомии «мужчина/женщина», пол как позиция в данной бинарной классификации и гендер как набор социальных ожиданий по поводу соответствующего внешнего вида, поведения и прочих характеристик, противопоставленных «мужским».⁷

Прослеживаются различия в конструировании идентичности при помощи преобразования тела среди мужчин и женщин. Во-первых, идеал мужского тела на протяжении всей истории человечества подвергалось объективации значительно меньше. Во-вторых, проблемами и защитой прав женщин занимается феминизм, а защитников прав мужчин, которые не считают своей главной целью борьбу с «агрессивными феминаци», очень мало. Эти различия обусловлены социальными нормами конструирования и самопрезентации телесности в рамках современной культуры.

Представления о мужской внешности по умолчанию гетеронормативны и очень сильно завязаны на идее силы и власти. Мужчина должен быть выше женщины, крупнее женщины и физически сильнее. Визуальные проявления возраста: морщины, как и шрамы, «красят мужчину», являясь маркером опытности, мудрости и власти, что женщине, с точки зрения патриархального дискурса совсем не к лицу.

В труде Симоны де Бовуар «Второй пол»⁸ впервые тело женщины отождествляется с полом и является источником ее подчинения, как в связи с контролем над ее репродуктивной функцией, так и интерпретацией обществом биологических особенностей женского тела. Согласно Симоне де Бовуар, тело выступает в качестве основного элемента, который определяет

⁶ См.: Witz, A. Whose Body Matters? Feminist Sociology and the Corporeal Turn in Sociology and Feminism. *Body & Society*. – 2000. – 6 (2) (June). – P. 1–24.

⁷ См.: Гольман, Е. А. Женская телесность: теоретические подходы и перспективы социологического исследования: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.01 / Е.А. Гольман. – Москва, 2015. – 239 с.

⁸ См.: Бовуар С. Второй пол / С. Бовуар. – СПб.: Прогресс-Алтейя, 1997. – 832 с.

подчиненное положение женщины в культуре и обществе, не имеющей активного начала. С одной стороны, Симона де Бовуар говорит о том, что «представление о женственности формируется искусственным образом с помощью обычаев и моды, оно навязывается женщине извне», женщиной не рождаются, ею становятся, но вместе с тем и «отказ от особенностей своего пола – тоже увечье».⁹

Переходя к теме красоты, предъявляемой к женской телесности, необходимо обратиться к исторической трансформации концепта красоты.

В каждом поколении существует свой идеал красоты, и в первую очередь это касалось женщин, так как вопросам красоты мужчин всегда уделялось меньше внимания. С появлением человека почти одновременно возникает косметика, которая сохраняет красоту, подчеркивает достоинства и маскирует недостатки. Уже на самых ранних этапах своего развития человек стремится к чистоте и украшению тела, к избавлению с помощью различных средств от видимых недостатков внешности.¹⁰

В коллективном сознании возникают стереотипные представления о нравственности, этике и эстетике, морали и духовной жизни различных народов, классов и сословий. Красота является не только эстетической, но и социальной категорией.

Концепт красоты берет свое начало еще в Античности. В Древней Греции в эпоху правления Перикла возникает теория красоты и эстетики. Большую роль в воспитании человека и гражданина играла физическая культура, естественным был культ тренированного тела. В основе идеала красоты грека лежит единство: гармония духа и тела. Греки считали величину, порядок и симметрию символом прекрасного. Идеально красивым был человек, у которого все части тела и черты лица находились в гармоничном сочетании. Платон в одном из своих диалогов «Федр» говорил о канонах красоты: «золотое сечение, с шириной лица в 2/3 его длины и

⁹ См.: Там же, с. 762.

¹⁰ См.: Бычков В.В., Эстетика. Вчера. Сегодня. Всегда / В.В. Бычков, Н.А. Маньковская. – 2012. – Вып. 5: – М.: ИФРАН, –192с.

идеальной симметрией между левой и правой половиной. Цвет лица — безусловно светлый, потому что демократия Древней Греции зиждилась на труде смуглого населения Северной Африки и южных островов, с которым благородному гражданину не подобало ассоциироваться».¹¹

Прекрасным считалось такое лицо, если его можно разделить на несколько равных частей (три или четыре). По канонам греческой красоты прекрасное лицо сочетало большие глаза с широким межвековым разрезом, дугообразными краями век и прямой нос; рот должен быть в полтора раза больше глаза, а расстояние между глазами должно было быть не менее величины одного глаза. Красоту лица определяли: прямые линии носа, подбородка, невысокий лоб, обрамленный завитками волос с прямым пробором.¹²

В Древнем Египте идеалом красоты была стройная и грациозная женщина. Девушки капали в глаза сок из растения «сонная одурь», которое затем получило название беладонны, чтобы расширить зрачки и придать блеск глазам. Самым красивым цветом глаз считался зеленый, поэтому глаза обводили зеленой краской из углекислой меди (позже ее заменили черной), их удлиняли: к вискам подрисовывали толстые, длинные, брови. Зеленой краской (из растертого малахита) красили ногти и ступни ног.¹³

В Древнем Египте женщины были в равных правах с мужчинами, они имели право на развод, могли наследовать и иметь свое имущество, также могли наследовать титул фараона. Общество Древнего Египта было раскрепощенным настолько, что добрые сексуальные связи не порицались.

Ассирийцы и вавилоняне чернили ресницы и брови, густо румянили и белили лицо, женщины покрывали свои лица особыми составами, которые,

¹¹ См.: Платон. Федр: Беседы с Сократом / Платон; Пер. А.Н. Егунова; Ред. греч. и рус. текстов, вступ. ст., коммент., хронология, индексы имен и наиболее употреб. терминов Ю.А. Шичалина. – М.: Прогресс, 1989. – 42 с.

¹² См.: Кузнецова Т. В. Древние греки о красоте / Т. В. Кузнецова // Вестник Российского философского общества. - 2006. - № 2. - С. 178-182

¹³ См.: Виляева С. И. Историческое развитие понимания телесной красоты / С. И. Виляева // Аналитика культурологии. – 2014. – №29. – С. 185-201.

подсыхая, придавали лицу блеск и твердость эмали, красили волосы хной и басмой. Мужчинам этикет предписывал тот же грим, они носили густые парики, накладные усы и бороды.

Представители народа майя, поселившиеся на полуострове Юкатан и занимавшие другие области Центральной Америки, окрашивали тело красной мазью. В эту мазь они добавляли очень пахучую и липкую смолу – стирана. Полученной смесью смазывали особый брусок, который был украшен узорами, и натирали им плечи, руки, грудь, становясь, как им казалось, приятно надушенными и очень нарядными.

В древнем Китае эталоном красоты была хрупкая, маленькая женщина с крошечными ногами. Девочкам вскоре после рождения туго бинтовали стопу, добиваясь прекращения роста ноги. Женщины красили ногти в красный цвет, белили лица, наносили румянец на щеки и удлиняли брови. Мужчины отращивали длинные волосы и заплетали их в косу.

У мужчин и женщин красивыми считались длинные ногти, они являлись символом достоинства и богатства, подчеркивали высокий социальный статус.¹⁴ Для сохранения длины ногтей, надевали специальные, украшенные «наперстки» из кости или драгоценного металла.

Красавицы Японии очень густо белили кожу, чтобы замазать все дефекты на груди и лице, лоб по краю роста волос мазали тушью, брови были выбриты и вместо этого они рисовали короткие толстые черные чёрточки. Женщины, которые были замужем в феодальной Японии красили зубы черной краской. Идеальным считались собранные волосы в высокий тяжелый узел, который поддерживался узорчатой длинной палочкой. Чтобы спать с такой прической, под шею размещали специальные подушки на деревянной подставке. Мужчины наклеивали или рисовали поддельные бакенбарды и усы, брили лоб и затылок, а на макушке собирали волосы в пучок, который обвязывали эффектными шнурами. Японцы тщательно

¹⁴ См.: Паке Д. История красоты / Д. Паке: пер. с фр. Ю. Розенберг. – М.: АСТ: Астрель, 2003. – 128 с.

ухаживали за своим телом. Они мылись в очень горячей воде, применяли паровые ванны и смазывали тело специальными мазями.

В Древнем Риме существовал культ светлой кожи и волос. Белокурые вьющиеся волосы считались идеалом красоты, а римские парикмахеры придумывали самые разнообразные кудри. То греческие, то египетские а-ля Клеопатра прически входили в моду. В период империи заменяют их высокие прически на веерообразных каркасах, с накладками из искусственных волос. У мужчин прямые короткие волосы, зачесанные на лоб, бритое лицо или небольшая завитая борода. История включает в себя прическу «голова Тита», состоящая из коротких локонов с бакенбардами, названная в честь римского императора Тита Веспасиана.

С упадком Рима эпоха воспевания красоты сменилась культом аскетизма, отрешенности от радостей восприятия мира.¹⁵

В Средние века во все области культуры проникла религия, а средневековая этика развивалась по линии христианской парадигмы, которая характеризуется провозглашением антагонизма тела и души. Душа бессмертная и божественная, в то время как телесность, будучи смертной, рассматривалась как источник греховности человека. Августин Блаженный называл Бога и творцом красоты, и высшей красотой, "ставил понятие красоты на один уровень с понятием сущности".¹⁶ Фома Аквинский утверждал, что красота человеческого тела определяется степенью познания души Божьей. Однако философы Средневековья признавали существование не только Бога как вечной красоты, но и красоту бытия.

Фигура была задрапирована тяжелыми тканями, которые скрывали ее плотным мешком (ширина одежды к росту составляла 1:3). Волосы были полностью спрятаны под чепчиком. Идеал женщины был олицетворен пресвятой девой Марией: удлиненное овальное лицо, подчеркнутый высокий лоб, маленький рот и огромные глаза.

¹⁵ См.: Овсянников М.Ф. История эстетической мысли / М.Ф. Овсянников. – М.: Высшая школа, 1998. – 352 с.

¹⁶ См.: Бычков В.В. Эстетика Отцов Церкви / В.В. Бычков. – М.: Ладомир, 1995. – 406 с.

Важным поворотным моментом в восприятии красоты является рубеж XII-XIII веков, когда культура приобретает более светский характер. Погоня за богатством и стремление к роскоши в рыцарской среде породили идеалы, далекие от аскетизма и умерщвления плоти. В XIII веке процветало поклонение «прекрасной даме». Трубадуры воспевают королей рыцарских турниров, их гибкий тонкий стан, который подобен виноградной лозе, светлые волосы, удлиненное лицо, прямой тонкий нос, пышные локоны. Женщину сравнивают с розой – она нежна, хрупка, изящна.¹⁷

В эпоху раннего Возрождения длинные шелковистые пряди светлых волос и бледный цвет лица стали канонами красоты женщин Флоренции. Великие поэты Боккаччо, Данте, Петрарка и другие прославили белоснежную кожу. Стройная «лебединая шея» и высокий чистый лоб считались идеальными.

В эпоху Ренессанса, с его гуманизмом и антропоцентризмом, возникает новое восприятие красоты – прекрасного, грациозного в своей наготе человеческого тела. Большой скачок происходит в философии красоты. Этому способствовали работы Микеланджело, исследования Дюрера и, конечно же, Леонардо да Винчи, представляющего идеальные пропорции человеческого тела.

Позже Ренессанс приносит совершенно другое понимание красоты. Вместо тонких, стройных фигур выступают пышные формы, крупные тела с широкими бедрами, с полнотой шеей и плечами. Мода включает в себя особый, столь любимый венецианский золотисто-рыжий цвет волос – цвет, который позже стал известен как «цвет Тициана». Телосложение должно быть большим, сильным, но в то же время благородных форм. Белый цвет кожи не красив, потому что это означает, что он слишком бледный: кожа должна быть слегка красноватой от кровообращения. Плечи должны быть

¹⁷ См.: Свендсен Л. Философия моды / Л. Свендсен. – М.: Университетская книга, 2010. – 254 с.

широкими. На груди не должны выступать кости. Идеальная грудь поднимается плавно, незаметно.¹⁸

В XV веке в готический период в моду входит S-образная изогнутость силуэта фигуры. Для его создания на живот накладывали маленькие простеганные подушки – босы. Одежда узкая, сковывающая движения, удлиненные, волочащиеся по полу головные уборы.

В конце XVI века (эпоха рококо) идеал красоты как выражения вкусов высшей аристократии отходит от строгих классических форм: прическа становится увеличенной формы. В моде парики, и не только для женщин, они обязательны для мужчин. Основными признаками красоты были белая кожа и нежный румянец. Однако из-за эпидемии оспы практически не было женщин, у которых не было дефектов кожи. Чтобы скрыть эти недостатки и еще больше оттенить белизну лица, распространился обычай украшать лицо маленькими круглыми пластырьками-мушками.

В конце XVIII века формируется новый стиль, эстетические идеалы которого заимствованы из античного мира (стиль ампир). По мнению И. Канта,¹⁹ вопрос красоты во многом зависит от субъективных ощущений и вкуса. Есть определенные физические качества, которые можно назвать прекрасными. Однако человека можно считать прекрасным только тогда, когда эти качества дополняются моральной составляющей. В противном случае женщина может стимулировать сексуальное влечение мужчины, но он не будет чувствовать к ней никакого уважения.

Шопенгауэр развивает мысль Канта²⁰ и утверждает, что существует два способа понимания красоты: красота, которая стимулирует волю (сексуальное желание) и объективная красота, которая может быть воспринята только с обладанием высокого интеллекта и прекрасным вкусом и в то же время подавляет волю. Шопенгауэр, как предшественник

¹⁸ См.: Аршавская. Л. С. Мода, вкус, красота / Н. М. Аршавская, Л. С. Щербакова. - М.: Профиздат, 1991. - 224 с.

¹⁹ См.: Кант И. Критика способности суждения / И. Кант. – Москва: «Искусство», 1994. – 367 с.

²⁰ См.: Шопенгауэр А. Мир как воля и представление / А. Шопенгаур. – М.: Наука, 1993. – Т. 2. – 671 с.

современной эволюционной психологии, выразил мнение, что «прекрасное» - это то, что способствует продолжению рода. Таким образом, женщина в глазах мужчины выступает матерью его будущих детей, соответственно, она должна обладать определенными качествами, которые помогут ей забеременеть, выносить, родить и прокормить этого ребенка, а именно – молодость. Не слишком толстое, но и не очень худое телосложение, большая грудь и, в последнюю очередь, красота лица. Эти характеристики как гарант здоровья и деторождения женщины одновременно делают ее красивой в глазах мужчин. Таким образом, понятие «красота» в понимании Шопенгауэра часто определяется неосознанным желанием человека произвести потомство.

Идеал красоты менялся не раз и в XIX веке. В целом мода XIX века имела тенденцию к искусственности. Все естественное, натуральное казалось примитивным и грубым. Здоровый румянец и загар, сильное, крепкое тело были признаками низкого происхождения. Идеалом красоты считались «осиная талия», бледное лицо, изнеженность и утонченность.

Однако с наступлением XX века понятие «красота» начинает рассматриваться в ином свете. Концепт красоты напрямую связано с телесными характеристиками и больше не определяется репродуктивной функцией женщины. Красота выступает в качестве культурного конструкта, используемого в патриархальном обществе для оправдания определенного разделения ролей и подавления женщин. Отличительной чертой патриархальной культуры является следующая установка: женские тела всегда недостаточно женственные, поэтому они должны быть сознательно подвергнуты зачастую болезненной переделке в соответствии с тем, что подразумевалось под «природой».²¹

В 1920–1925 годах женщины открывают для себя благотворное влияние солнечного света и очарование легкого загара. Двадцатые годы – это

²¹ См.: Urla J., Swedlund A.C. The Anthropometry of Barbie. Unsettling Ideals of the Feminine Body in Popular Culture // Shiebinger L. (ed.) *Feminism and the Body*. - New York: Oxford University Press, 2000. - P. 397

поколение женщин, определяемое «великой мадемуазелью» Габриель (Коко) Шанель. Она представила новый образ женщины, которая смогла выбрать профессию, избавиться от корсета и показать свои ноги. Юбка была укорочена до колен, и впервые появились чулки бежевого цвета, которые делали ноги «обнаженными». В этот же время появляется образ женщины – вамп, с черными тенями для век и темной помадой для губ. Россию в то время олицетворяет Лилия Брик на фотографиях Александра Родченко (Приложение А). Таким образом, девушка 1920–1930 годов – худая, с плоской грудью, вытянутым прямым силуэтом и спортивной фигурой.²²

В 30-х годах XX века эталоном красоты является романтическая женщина с кукольным лицом, маленьким, пухлым, ярким ртом, с мелкой завивкой.²³ И по-прежнему в моде высокая, стройная фигура с довольно широкими плечами, тонкой талией и узкими бедрами.

Затем наступил золотой век Голливуда – это 1930-1950-е годы. Был создан так называемый «Кодекс Хейса», список этических норм и вещей, разрешенных на большом экране. «Кодекс» также регламентировал стандарты женской красоты. Он вернул моду на ярко выраженные «песочные часы» в женской фигуре – пышная грудь, узкая талия и объемные бедра, как у знаменитой Мэрилин Монро.²⁴

В период Второй мировой войны женщины практически не пользуются косметикой, лишь иногда подкрашивают ресницы тушью и красят губы. Короткие стрижки по типу мужских входят в моду.

С середины XX века красивая женщина должна выглядеть как популярная в то время модель Твигги – очень худая, с короткой стрижкой и огромными глазами.²⁵ С этого момента эталоном красоты является фигура «недоедающего подростка»: хрупкая, нежная девушка с маленькой грудью.

²² См.: Погонцева Д.В. — Культурно-историческая динамика представлений о женской красоте // Человек и культура. – 2014. – № 5. – С. 67 - 85. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=14612

²³ См.: Денисова Е. В поисках идеала/ Е. Денисова // Крестьянка. - 2007. - N 3. - С. 12-15.

²⁴ См.: 1930–1950-е. Золотой век Голливуда // История моды. – М., 2018. – № 81. – С. 4–47.

²⁵ См.: Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин / Н. Вульф; Пер. с англ. – М.: Альпина нонфикшн, 2013. – 445 с.

В демократичных 1960-х годах наступила свинговая эпоха, во времена которой Лондон стал законодателем женской красоты. В моду вошли мини-юбки, наступило окончательное женское равноправие с мужчинами. В это время эталоном женской красоты являлось телосложение девочки-подростка – худое и гибкое тело, длинные ноги, маленькая грудь.

С 1980 года начинается расцвет модельного бизнеса, гляцевых журналов. Аэробика Джейн Фонда запустила настоящую фитнесманию в США и по всему миру. С 1980-1990 годы эталонами красоты становятся: спортивное телосложение, стройные подкачанные руки и ноги, тонкая талия, пышная грудь и объемные бедра, а также высокий рост.

1990-е годы вошли в историю моды и красоты как «героиновый шик». Идеалом женской красоты стал модель Кейт Мосс – хрупкая фигура, тонкие запястья, худоба, светлая кожа. В целом двадцатый век характеризуется разнообразием стилей и динамичной сменой модных тенденций

и, не смотря на попытки сохранить баланс между «внешним и внутренним»,²⁶ на первое место выходит внешнее.

Одной из ведущих работ по анализу концепта красоты в современной культуре является книга американской феминистки Наоми Вульф «Миф о красоте».²⁷ В рамках данной концепции современная культура потребления основана на мифе о красоте, который через различные рычаги воздействует на женщин, стимулируя их постоянное потребление с целью корректировки естественных данных в соответствии с моделью красоты, принятой в данной культуре. Согласно мифу, женщина, которая соответствует современным стандартам красоты, благодаря искушению мужчины получает возможность для социальной самореализации, успеха в карьере и личной жизни.

По мифу красота – это триединство молодости, красивой фигуры и прекрасного лица. Женщины должны хотеть воплощать собой красоту, а мужчины должны хотеть обладать этими женщинами. Это воплощение обязательно для женщин, но не для мужчин. Потому что оно определяется биологически, сексуально и эволюционно: сильные мужчины борются за красивых женщин, а красивые женщины, в свою очередь, более успешно выполняют свою репродуктивную функцию.²⁸ Однако, согласно эмпирическим исследованиям, в современном обществе, где женщины, стремясь к идеалу красоты, постоянно изнуряют себя диетами, неврозами и физическими упражнениями, их репродуктивная функция ухудшается.

Согласно концепции Наоми Вульф, миф действует как контратака мужчин против женщин, как механизм подавления женщин в обществе и культуре. «Красота», согласно мифу, – это «система валюты как золотой стандарт». Как любая экономика, красота определена политикой, и в наше время на Западе это последняя, лучшая вера, которая сохраняет мужское

²⁶ См.: Сериков Г.В. Проблема единства внешнего и внутреннего, души и тела в истории психологии / Г.В. Сериков // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология, 2009. – Т. 3. – № 1. – С. 35-41.

²⁷ См.: Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин / Н. Вульф; Пер. с англ. – М.: Альпина нонфикшн, 2013. – 445 с.

²⁸ См.: Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин / Наоми Вульф; Пер. с англ. – М.: Альпина нонфикшн, 2013. С. 17.

господство.²⁹ Миф о красоте заменил миф о материнстве, семейной жизни, целомудрии, а измученная молодая модель вытеснила счастливую домохозяйку как арбитра успешной женственности.

С обретением женщинами больших прав и свобод, в том числе в области репродуктивного поведения, в рамках репрессивной «социальной матрицы» переориентируется с канона репродуктивного на канон стройного, сексуализированного тела. По словам Сандры Бартки, поскольку женщины всё в большей степени сопротивляются патриархальному порядку, попадая в публичную сферу, строя карьеру и отказываясь от судьбы своей матери, старые формы доминирования над ними разрушаются.³⁰

Соответственно, происходит смена культурных и телесных практик, направленных на достижение этого канона. Направление практики меняется: от воспитания здорового тела для воспитания новых членов общества, к формированию стройного, привлекательного тела посредством самоограничения (диета), самодисциплины (фитнес) и радикальной хирургии (пластическая хирургия).

Молчаливое и активное согласие женщин с современными стандартами и, как следствие, интерес к регулярной работе над телом с помощью фитнеса, диетических практик, макияжа и т.д. часто интерпретируются как результат давления массовой культуры.

Понятие красоты, берущее начало в древней Греции, менялось на протяжении всей истории культуры. С приходом XX века в культурологическом исследовании этого вопроса ведущую роль начинает играть гендерный аспект. Пол накладывает свой отпечаток в понятие телесности, образуя телесные практики представителей разных полов, проводя жесткую границу между мужским и женским. Таким образом, для концептуализации понятия женской красоты категории телесности и пола

²⁹ См.: Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин. С. 15.

³⁰ См.: Bartky S. L. Foucault, Femininity and the Modernization of Patriarchal Power//The Politics of Women's Bodies: Sexuality, Appearance, and Behavior/R. Weitz (ed.). N.Y.; Oxford: Oxford University Press, 1998. P. 41–42.

имеют фундаментальное значение. Красота в современной культуре является главной характеристикой женской телесности, создавая эстетические символы женственности и устанавливая коды красоты в пространстве общества.

Сегодня идеал женской красоты продолжает находиться под влиянием прошлого. Однако современные женщины обеспокоены правильным питанием и здоровым образом жизни, поэтому «социальный заказ» рождает новый идеал женской красоты, который можно сформулировать так: подтянутая спортивная фигура, ровный цвет кожи, гармоничность в цветовой гамме, а главное – ухоженность.³¹

1.2 Трансформирующиеся стереотипы женских образов в русской культуре

В современном российском обществе происходят серьезные преобразования общественного порядка и сознания людей. Неотъемлемой характеристикой современного общества является изменение социальных ролей и гендерных стереотипов, то есть создание новых стереотипов и моделей поведения.³²

Термин «стереотип» был введен в 1922 году американским социологом Уолтером Липпманом для описания процесса формирования общественного мнения. С тех пор этот термин успешно используется для описания любого устойчивого образа, который складывается в общественном или групповом сознании.

Рассмотрим понятие гендерного стереотипа. Согласно терминологии из Национальной Социологической Энциклопедии, под гендерными стереотипами понимают упрощенные, схематизированные, эмоционально четко окрашенные устойчивые образы мужчин и женщин, распространяемые

³¹ См.: Либина А. Психология современной женщины: и умная, и красивая, и счастливая... / А. Либина. – М.: ПЕРСЭ, 2011. – 528 с., 55-56с.

³² См.: Сафонова Н. А. Проблема положения женщины в современном российском обществе / Н. А. Сафонова // Молодой ученый. – 2018. – № 14. – С. 250-251.

обычно на всех представителей той или иной гендерной общности, независимо от личных особенностей тех или иных представителей.³³

Гендерные стереотипы исторически сложились в традиционной патриархальной культуре, которая играла важную роль в социальной, экономической и политической жизни в первую очередь для мужчин. Основной, ключевой принцип стереотипного изображения мужского пола – выделение его пола как важнейшей, ключевой социальной характеристики, как ведущего индикатора статуса, определяющего доминирующее положение мужчин в системе властных отношений.

Гендерные стереотипы, описываемые в литературе можно разделить на три группы:

Первая группа гендерных стереотипов – это стереотипы маскулинности – феминности. Женщинам и мужчинам приписываются вполне определенные психологические качества и свойства личности.

Маскулинность – феминность – нормативные представления о соматических, психических и поведенческих свойствах, характерных для мужчин и женщин. Эти нормативные представления (стереотипы) явно и, что важно, иерархически противопоставляют мужчин и женщин: мужчины самоуверенны, независимы, компетентны, агрессивны, доминантны и склонны рассуждать логически; женщины эмоциональны, зависимы, покорны, конформны и нежны.³⁴

Вторая группа гендерных стереотипов касается консолидации семейных и профессиональных ролей в соответствии с полом. Для женщин основными социальными ролями являются семейные роли (мать, хозяйка), для мужчин – профессиональные роли. Мужчины оцениваются по профессиональному успеху, женщины – по наличию семьи и детей.

³³ См.: Национальная социологическая энциклопедия. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 22. 04. 2020. – Режим доступа: <https://voluntary.ru/termin/gendernye-stereotipy.html>

³⁴ См.: Клецина И. С. Психология гендерных отношений / И.С. Клецина // Теория и практика. – СПб.: Алетейя, 2004. – 408 с., 24с.

Народная мудрость гласит, что «нормальная» женщина хочет выйти замуж и иметь детей, и что все другие ее интересы являются второстепенными по отношению к этим семейным ролям. Женщины, которые не хотят выходить замуж, иметь детей, не любят общаться с детьми, описываются как не совсем нормальные или, по крайней мере, странные. Женщине предписывается пребывание в частной сфере жизни – рождение детей, дом, она отвечает за взаимоотношения в семье.³⁵

Третья группа гендерных стереотипов связана с различиями в содержании труда. В соответствии с традиционными представлениями предполагается, что работа для женщины должна иметь исполнительный, обслуживающий характер, быть частью экспрессивной сферы деятельности. Хорошо известно, что женщины часто работают в сфере торговли, здравоохранения, образования. Мужчинам же предоставляется инструментальная сфера деятельности, где главное – творческая, созидательная и управленческая работа.

Древнегреческий философ Платон говорил об отличии мужчин и женщин: «По своей природе, как женщина, так и мужчина могут принимать участие во всех делах, однако женщина во всем немогуще мужчины».³⁶

Аристотель утверждал: «Женское и мужское начала принципиально различны по своему предназначению: если первое отождествляется с телесным, с материей, то второе – с духовным, с формой».³⁷

В России женщину привыкли считать существом духовным, чем мужчину, в котором больше плотского, животного. Представление о женщинах как о воплощении возвышенной духовности воспринимается в России как естественное и должное.

³⁵ См.: Сушков И.Р. Самокатегоризационная теория и групповые феномены / И.Р. Сушков // Психологический журнал. – 1994. – Т. 15. – № 1. С. 158-168, 22 с.

³⁶ См.: Платон. Диалоги: пер с древнегреч. / Платон. – М.: Издательство «Э», 2016. – 354с.

³⁷ См.: Эвола Ю. Метафизика пола / Ю. Эвола. – М.: Беловодье, 1996. – 190с.

Образ роли и места женщины в семье, обществе и духовной культуре средневековой Руси значительно отличались от западноевропейских идей того же периода.

Как совершенно бесправное, забитое существо характеризовал русскую женщину историк Н. И. Костомаров. В его исследованиях древнерусская женщина предстает как рабыня: «Женщина считалась существом ниже мужчины и в некоторых отношениях нечистым... Русская женщина была постоянно невольницей с детства до гроба. У знатных и зажиточных людей Московского государства женский пол находился взаперти, как в мусульманских гаремах».³⁸

Эталоном красоты на Руси в течение многих веков была полнотелая и широкобедрая женщина, с крепким здоровьем. Русским мужчинам не нравились худые девушки. Худоба была символом либо бедности, либо болезни. Русская девушка могла быть худой, если ее не кормили отец с матерью. Следовательно, семья очень бедная, и это не очень хорошо для будущих родственников жениха. С другой стороны, она могла быть худой из-за болезни. Это еще хуже. Ведь на Руси главной ролью женщин было материнство. Если женщина была больной, то она не могла бы родить ребенка или умерла при родах. Только крепкие телом, здоровые и выносливые женщины могли справиться с ролью матери и супруги.³⁹

Идеал русской женщины формировался долгие-долгие годы по канонам, сформулированным в «Домострое»: преданная мужу, самозабвенно заботящаяся о «чадах своих», домовитая хозяйка, бессловесная исполнительница «воли мужней». «Жена добрая, трудолюбивая, молчаливая - венец своему мужу»,⁴⁰ - так говорится в одном из его постулатов. Русская красавица XVIII века с крепким здоровьем, отличается дородностью. Людям того времени казалось, что если она богата телом, то богата и душой. С

³⁸ См.: Кардапольцева В.Н. Женские лики России / В. Н. Кардапольцева. – Екатеринбург, 2000. – 158 с.

³⁹ См.: Анисимова М. Правила семейной жизни на Руси [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://www.moja-planeta.ru/travel/view/pravila_emejnoj_zhizni_na_rusi_33614/. 18.09.2017

⁴⁰ См.: Сильвестр. Домострой / Сильвестр. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 47с.

приближением эпохи романтизма мода на здоровье заканчивается, бледность, меланхолия – признак глубины чувств (подобный идеал духовности будет характерен для аристократок начала XX века). С точки зрения Василия Розанова, как было уже отмечено, «миловидность» русских женщин, тех, «которых помнят», сочетает в себе как внешние, так и внутренние качества: «рост небольшой, но округлый, сложение тела нежное, не угловатое, ум проникновенно-сладкий, душа добрая и ласковая».⁴¹

Представление об идеале женской красоты (в разные периоды развития русской культуры и разного творческого воображения) особенно ярко проявляется в изобразительном искусстве. «Жена не рабыня тебе, но товарищ, помощница во всем»,⁴² - высказался Василий Татищев. В соответствии с этой формулой, взгляды «Ученой дружины», которая в своей деятельности, развивая новые идеи, постоянно опровергает представление о женщине как носителя греха, всевозможных пороков и соблазнов.

Именно в этот период впервые в изобразительном искусстве кистью художника А. Матвеева в его «Автопортрете с женой» отчетливо воспроизводится представление о женщине, равной мужчине, что в целом соответствовало духу просветительских идей XVIII века (Приложение Б). В работе представлен образ женщины, наделенный благородством, внешней и внутренней привлекательностью. «Что до персоны супруги касается, то главные обстоятельства – лепота лица, возраст и весёлость в компании, которые жёнам большую похвалу приносят; обстоятельство богатства, которое многих прельщает..., но не ищи богатства, ищи главного... Главнейшее в жене – доброе состояние, разум и здравие. По сочетании в твоей должности есть к жене любовь и верность сохранять»,⁴³ - писал В.Н.

⁴¹ См.: Розанов В.В. В темных религиозных свечах / В.В. Розанов // Свеча в храме. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 37с.

⁴² См.: Шокарева А. Дворянская семья: Культура общения: Русское столичное дворянство первой половины XIX века / Алина Шокарева. – М.: Новое литературное обозрение, 2016. – 54 с.

⁴³ См.: Татищев В. Н. Духовная моему сыну / В. Н. Татищев. – СПб.: Типография Глазунова, 1896. – 183 с.

Татищев, историк, государственный деятель, активный сторонник Петровских реформ в книге «Духовная моему сыну».

В эпоху романтизма и «декабризма» русская женщина, как отмечает Ю.М. Лотман, поднялась «до интеллектуального уровня образования мужчины своего времени»,⁴⁴ хотя были и «дикие помещицы», и те, нормой жизни которых считалось соление огурцов и прочие заготовки впрок, «старосветские помещицы», так ёмко представленные в повестях Н.В. Гоголя.

С 20 по 30-е годы нынешнего века в России сформировался идеал женщины-работницы и общественного деятеля. Семья и материнство воспринимались как «мещанство». Активно проповедовалась однотипная и одноликая любовь как в жизни, так и в советской литературе. Навязывается приоритет общественных интересов над личными, любовь подчиняется классовым принципам и воспринимается прежде всего, как совместное счастье в труде и др. Такие традиционные и привычные женские качества, как мягкость, способность к сопереживанию, были исключены из повседневного обихода. Важнейшей женской ценностью, как и мужской, была способность побеждать на социалистических соревнованиях, быть ударником коммунистического труда. Семья для женщины выступает только в качестве «дополнительной» области реализации. Этот идеал длился до 80-х годов. Наблюдается определенное выравнивание мужского и женского пола и, как отмечают исследователи, ситуация «нарушения гендерных стереотипов» в отечественной культуре. Женщина вольно или невольно приобретает такие качества, как гиперактивность и даже агрессия, а мужчина, напротив, – пассивность, аморфность, неспособность постоять за себя и, тем более, за других.⁴⁵

⁴⁴ См.: Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре / Ю.М. Лотман // Быт и традиции русского дворянства (XVIII-начало XIX века). – СПб.: «Искусство — СПб», 1994. – 59 с.

⁴⁵ См.: Шаповалов В. Традиционные образы женщины в русской культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://viperson.ru/articles/viktor-shapovalov-traditsionnye-obrazy-zhenschiny-v-russkoy-kulture>. 28.10.2014.

Как известно, в советское время ряд сложных и вредных профессий, которые требовали особенного ответственного отношения к работе и вниманию, практически полностью превратились в монополию женщин: ремонтник железных дорог, производство вредных химических веществ и т. п.

Факты такого рода не получили одобрения общественного мнения. В то же время освоение женщинами ряда традиционно мужских профессий часто оценивали положительно, поскольку это рассматривается как проявление эмансипации женщин, как победа в борьбе за женское равноправие. Желание советских женщин овладеть рядом традиционно мужских профессий нельзя считать результатом только официальной партийной идеологии и пропаганды того времени, – хотя влияние партийных установок, – несомненно. Однако не менее важными факторами были, с одной стороны, особенности российского менталитета, который традиционно отводит женщинам значительную социальную роль, с другой – европейский и общемировой процесс эмансипации женщин.

Разумеется, проблемы русской жизни зачастую просто не позволяют в полной мере проявить качества утонченной женственности, элегантности и хрупкости. Как социально-исторические, так и природно-географические условия России часто выдвигают на первый план не задачу добиться комфорта и качества жизни, а задачу элементарного выживания. Однако было бы неправильно связывать тип русской женщины исключительно с трудностями российской жизни из-за естественно-географических и социально-исторических факторов. Этот тип прочно закреплен в российском менталитете, является его структурным архетипом. В пользу этой интерпретации является то, что она не исчезает даже тогда, когда задача выживания отходит на задний план или теряет актуальность, уступая место жизни с точки зрения относительного благополучия и комфорта. Этот архетип находит свое выражение в различных обстоятельствах и в различных сферах деятельности.

Достаточно вспомнить, что успехи советских женщин на международной арене, например, в спорте, намного превосходили соответствующие успехи мужчин. Именно женщина, метательница диска Нина Ромашкова-Пономарева имела честь завоевать первую олимпийскую золотую медаль в истории России (в 1952 году в Хельсинки). Конькобежка Лидия Скобликова далеко превзошла своих коллег-мужчин по количеству олимпийских золотых медалей. Примеры женских достижений легко умножить. Так, летчицы Валентина Гризодубова, Полина Осипенко, Марина Раскова совершили в 1938 г. длительный беспосадочный перелет на тяжелом самолете, тогда как в большинстве западных стран женщины только мечтали стать пилотами. Следует упомянуть первую в истории женщину-космонавта Валентину Терешкову.

Другой образ женщины в русском менталитете – это образ женщины-матери. Миссия материнства в России высоко ценится не только с точки зрения ее важности для продолжения рода. На переднем плане образа женщины-матери – возвышенное, духовное, идеологическое значение материнства. Мать – олицетворение торжества жизни, ее преимущества над смертью. Таким образом, она предстает как олицетворение любви.

Развивающийся современный мир приходит к новому осмыслению сущности женщины. В настоящее время женщина реализует себя по-другому, становясь активным субъектом деятельности. Научно-техническая революция способствует изменению сущности женского начала и вносит новые характеристики в содержание этой концепции. Изучение личности женщины в современном мире становится особенно актуальным, а опыт предшественников представляет большую ценность.

Женщина в современном обществе уникальна: она работница, жена и мать. И, несмотря на то, что каждая из этих трех социальных ролей является главной, идеальная женщина может совмещать их, не упуская из виду ни одной. Женщина XXI века не слабее мужчины.

Сила современной женщины – это даже не красота, статус или финансовое положение, а характер, воля, стремление к свершениям и достижениям. Именно поэтому многие трудности и даже общественная оппозиция не могут заставить женщину сомневаться в истинности своих взглядов: каждый имеет право строить свою жизнь по индивидуальной модели, а каждый имеет право на карьеру, семью и личностный рост.

Со временем понятие «сильный пол» теряет смысл. Еще 150-200 лет назад сильный пол характеризовал исключительно мужчин, которые были центром жизни любой женщины как представителя слабого пола. Мужчины принимали важные решения, обеспечивали семью и строили планы. Женщине общество предписывало узкую социальную роль – хранительницы очага. Самым важным событием в жизни женщины долгое время был брак, к которому они относились, как к работе, а вовсе не как возможность обрести свое счастье. Сегодня многие женщины выбирают между семьей и карьерой.

Раньше основной обязанностью женщины было следить за мужем, беспрекословно слушать его, молча терпеть все оскорбления и обиды, поскольку хозяином дома был именно мужчина. В обществе существовало убеждение, что женщина лучше, чем кто-либо другой, ведет домашнее хозяйство и воспитывает детей, поэтому именно она должна этим заниматься. По-прежнему существует большое количество стереотипов, которые настолько укоренились в сознаниях многих людей, что образ настоящей женщины изменился почти незаметно. Однако многие из этих стереотипов в настоящее время не соответствуют окружающей действительности и являются ошибочными.

Женщины не просто предпочитают бороться за свои права и доказывать, что они не хуже мужчин могут добиться успеха во всем. Они научились сочетать большое количество ролей и развили те качества, которые изначально считались мужскими, оставаясь при этом романтичными и открытыми. Гордая, смелая и независимая современная женщина может уверенно заявить о себе, своем внутреннем мире, стремлениях и

потребностях. Она не только старается везде успеть, но и не хочет останавливаться в своем развитии. Все меньше и меньше женщин готовы бросить работу и полностью посвятить себя детям и работе по дому.

Образование и активная социальная деятельность, карьерный рост – вот что интересует их не в меньшей степени. Таким образом, современная женщина – это при всей своей уникальности собранные воедино роли домохозяйки, деловой женщины, спутницы жизни и, что самое главное, матери. Усилиями газет, телевидения и других средств массовой информации подобный образ современной женщины закрепился в качестве идеального. И хотя каждый человек понимает, что идеал недостижим, требований, предъявляемых женщине со стороны общества, становится все больше. И что удивительно, женщина XXI века не считает нужным отказаться от выполнения тех или иных обязательств, она стремится реализовать себя в любом отношении. Даже постоянная нехватка времени, часто не здоровое питание, разочарования, усталость и стресс не являются достаточными причинами, чтобы у нее опустились руки, так как всего хочется добиваться самостоятельно.

Гендерные роли в современном мире – предмет острых дискуссий. Женщины открыто заявляют о своих правах и желаниях, стремясь их реализовать. TLC, самый популярный платный женский канал в России, и агентство «Радость понимания» провели семиотическое исследование «Код женщины: образ в массовой культуре». Проанализировав фильмы, рекламные ролики, публикации в прессе и другие тексты массовой культуры, эксперты выявили устойчивые наборы знаков и их комбинаций, которые позволяют проследить трансформацию привычных образов.⁴⁶

Исследование затрагивает четыре смысловых пространства – «Внешность», «Самоопределение», «Отношения» и «Дети». Выявленные коды отражают женские роли, интересы, мировоззрения, представленные в

⁴⁶ См.: Быстрова Ю. Главная роль. Как меняется образ женщины-руководителя в популярной культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/375849-glavnaya-rol-kak-menyuetsya-obraz-zhenshchiny-rukovoditelya-v-populyarnoy>. 10.05.2019

массовой культуре. Коды делятся на три основные группы: уходящие, то есть теряющие свою актуальность, доминантные, то есть наиболее сильные идеи в настоящее время, и развивающиеся, то есть новые, только начинающие набирать силу.

Основное изменение в смысловом пространстве «Внешность» – постепенный уход от требований безупречной красоты и восприятия женского тела как чужой собственности. На смену этим кодам пришло представление о женщине как об уникальной и свободной личности, о ценности естественной красоты и праве женщин на собственные границы.

В пространстве «Самоопределение» уходящими оказались образы идеальной жены, скромной и трудолюбивой. Центральное место в культуре сегодня занимают модели поведения, где соблюдается баланс между профессиональной и личной сферой. Женщины демонстрируют, что в любом возрасте можно жить полной жизнью, все активнее «заходят» на территорию, которая традиционно считалась мужской, осваивают «мужские» профессии и т. п.

В сфере «Отношения» наблюдается отход от тиражирования образа «трофейной жены», женщина перестает изображаться как красивое приложение к богатому состоявшемуся мужчине, обязанности не делятся на «мужские» и «женские», равноправие транслируется как самая приемлемая схема взаимоотношений. Меняется и само представление о паре, все чаще упоминаются небинарные модели семьи, переосмысливается сексуальная свобода женщины.

Смысловое пространство «Дети» оказалось самым консервативным – в представлении поп-культуры, ребенок был и остается высшей целью женской самореализации. Этот код отмечен как доминантный, он проявляется в идеализации беременности и материнства.

Образы и роли женщин в современном обществе за последние годы значительно изменились – это хорошо видно на примере рекламы, кино, сериалов, популярных медиа и блогов. Женщина становится свободнее,

более раскрепощённой, у нее появляется больше возможностей для самореализации. Однако в то же время некоторые стереотипы еще очень сильны: например, если женщина успешно строит карьеру, то начинают говорить, что у нее есть влиятельный покровитель, что залог ее успеха – красивая внешность. И все эти, на первый взгляд, противоречивые тренды, представления, стереотипы сосуществуют в одном пространстве. Заметить их проще всего в популярной культуре – она достаточно точно улавливает изменения в социальной среде и неизбежно реагирует даже на неочевидные тренды. Главный вопрос – насколько эти тренды находят отражение в жизни каждой конкретной российской женщины, особенно учитывая размеры и социальную неоднородность нашей страны.

Все чаще и пристальнее вглядываемся мы в прошлое. Мы видим в десятивековой истории нашего Отечества не только тех, кто были хранительницами домашнего очага, матерями и женами, но правительниц и летописиц, умных собеседниц и дальновидных дипломаток, бунтарок и щедрых меценаток. Исторические силуэты их порою яркие, а порою бледны из-за недостатка сохранившихся источников, но каждая женская судьба величественна и самобытна. Своими биографиями – и обычными, и нетипичными – они способствовали становлению феномена русской женской личности, которая стала в XXI веке настоящей первооткрывательницей нового мира.

2 КОНСТРУИРОВАНИЕ ЖЕНСКОГО ОБРАЗА СОЦИАЛЬНЫМИ ИНСТИТУТАМИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

2.1 Социокультурные особенности репрезентации женщины в СМИ

Образ женщины в современной прессе переживает ряд трансформаций под влиянием социально-политических перемен последних десятилетий. Находясь под влиянием традиционной и жесткой патриархальной традиции, с одной стороны, и набирающими силу эгалитарными принципами – с другой, женщины часто находятся в состоянии дискомфорта и не могут выстроить однозначную идентичность. В такой ситуации «массмедиа» часто становятся ведущим институтом, транслирующим гендерные ценности.

Все чаще в различных работах поднимается проблема влияния СМИ на формирования различных установок и стереотипов. В большинстве исследований объектом изучения являются женщины, что обусловлено тем, что индустрия красоты в большинстве случаев рассчитана на женскую аудиторию. В современной Европе и Америке можно выделить целое направление социально-психологических и медико-психологических исследований, посвященных проблемам определения рамок понятия «красота» и поведения женщин, в связи с их стремлением достичь этого стандарта. В ходе глобализации СМИ разделение в представлениях о моде и красоте практически стираются, представление о красоте довольно не стабильно и находится под постоянным изменением.

В лонгитюдном исследовании Эми Слейтер и Марики Тиггеманна принимали участие девочки в возрасте 5-8 лет, авторы исследовали стремление девочек соответствовать идеалу красоты, который пропагандируется СМИ и рекламой. Было выявлено что, у большинства девочек наблюдалось желание уменьшить свой вес, что дополнялось низким уровнем чувства достоинства. Таким образом, девочки школьного возраста живут в культуре, в которой СМИ навязывают стереотип

«аттрактивности», который отрицательно влияет на развитие образа тела и чувства собственного достоинства. И уже в этом возрасте девочки начинают соблюдать диету для сброса лишнего веса (который объективно отсутствует), что приводит к различного рода физиологическим изменениям их здоровья, многие из которых необратимы.⁴⁷

В другом исследовании Дуэйн Харгрейвс и Марика Тиггеманн подчеркивают, что социокультурные теории образа тела показывают, что неудовлетворенность телом формируется в связи с нереалистичными социальными идеалами красоты, и один из способов передачи этих идеалов – через средства массовой информации и кинематограф. В своем исследовании они изучили особенности представлений о своем теле у 595 подростков, которым предлагалось просмотреть телевизионную рекламу, содержащую изображения худых женщин. Неудовлетворенность телом измеряли до и после просмотра. Было обнаружено, что просмотр рекламных роликов привел к увеличению неудовлетворенности тела у девочек, но не у мальчиков. Полученные авторами результаты свидетельствуют о непосредственном воздействии средств массовой информации на удовлетворенность своим телом у девочек, и в меньшей степени у мальчиков.⁴⁸

Эту же точку зрения поддерживают и другие исследователи, так Джулий М. Спархок выявил, что после просмотра рекламных слайдов с изображением очень худых моделей самооценка себя как привлекательных резко снижалась, а неудовлетворенность своей фигурой – возрастала. Автор также отмечает, что современный стереотип красоты – это недостижимо худая фигура, в связи с этим просмотр современной рекламы приводит к

⁴⁷ См.: Tiggemann M., Slater A. Contemporary girlhood: Maternal reports on sexualized behaviour and appearance concern in 4–10 year-old girls // *Body Image*, Volume 11, Issue 4, September 2014, Pages 396–403.

⁴⁸ См.: Hargreaves D. A., Tiggemann M. Idealized media images and adolescent body image: “comparing” boys and girls // *Body Image*, Volume 1, Issue 4, December 2004, Pages 351–361.

снижению самооценки и повышению уровня неудовлетворенности своим телом.⁴⁹

Девендра Синг отмечает, что физическая привлекательность, «аттрактивность» и/или красота – влияет на межличностные отношения, однако не следует забывать, что не стоит судить книгу по обложке. Физически привлекательными женщинами восхищаются, и их красота оплачивается, например, фотомодели, актрисы кино. При этом их обвиняют в том, что они ответственны за популяризацию диет, ненормально низкого веса и расстройств пищевого поведения. Однако, как отмечает автор, аргумент, что сказки и СМИ связывают физическую красоту с положительными признаками, не объясняет, почему дети 14 часов от роду, которым показывали фотографии задерживали взгляд на красивых лицах и практически не смотрели на внешне не «аттрактивных».⁵⁰

Интересное, с точки зрения влияния СМИ кросскультурное исследование проводили Мартин Джэй Тови и Вирен Свами. В ходе сравнения представлений о красоте среди жителей Южной Африки (Зулусы), где европейская реклама практически отсутствует, и Великобритании (Европейцы), которые живут в мире рекламы и СМИ, были получены устойчивые различия. Так в Великобритании излишний вес – ассоциируется с болезнью и как результат, тело оценивается как не красивое, в то время как в Южной Африке, наоборот красивыми называются женщины с излишним весом.⁵¹

Однако, современные исследования выявили, что с появлением понятия «плюс-сайз» изменилось отношение общества к лишнему весу: люди набирают все больше килограммов и не видят в этом опасности для здоровья, не стремятся снизить риски и продолжают вести привычный образ жизни.

⁴⁹ См.: Sparhawk J. M. Body image and the media: the media's influence on body image // Fulfillment of the Requirements for the Master of Science Degree With a Major in Mental Health Counseling University of Wisconsin- Stout, August, 2003. 68 p.

⁵⁰ См.: Singh D. An evolutionary theory of female physical attractiveness // Psi Chi Vol. 10, No. 3, pp. 18-19, 28-31.

⁵¹ См.: Tovée M.J., Swami V. Does hunger influence judgments of female physical attractiveness? British Journal of Psychology. 2006 Aug; 97 (Pt 3): 353-363.

Такое явление получило название «бодипозитив». Бодипозитив— социальное течение, которое учит позитивному отношению к своему телу, его тотальному принятию и свободному самовыражению.⁵² Основная идея бодипозитива — адаптировать людей с проблемным весом, сделать их жизнь более комфортной, а реакцию общества более адекватной, это работа в обществе с категорией «нормальности» в восприятии красоты человеческого тела, в том числе борьба с «фэтшеймингом» и дискриминацией.⁵³

Первые попытки освобождения женского тела от всяческих норм можно наблюдать в Европе 19 века. Женщины добились возможности не носить корсеты. Это конечно по современным меркам были самой неудобной одеждой для женщин за всю историю человечества.

Настоящая история развития бодипозитива как общественного движения, началась в США в середине 20-го века. В 1967 году центральный парк Нью-Йорка был полон агрессивно настроенных женщин.⁵⁴ Протестующие с плакатами скандировали — fat is not to shame, что означает «жир» и «не стыдиться». Основной смысл такой акции состоял в том, чтобы донести до общества идеи равенства. Все происходило под лозунгом «Мое тело — мое дело!». ⁵⁵ Протест перешел в критическую фазу. Протестующие с фастфудом в руках жгли книги известных диетологов того времени, пока в дело не вмешалась полиция. Итогом массовых протестов против жиро-фобии стал Национальный институт психологической помощи полным людям.

На время общество забыло об этой проблеме свободы. Но уже в 90-х годах 20-го века мир был охвачен новыми протестами против стереотипного отношения к полным людям. В те времена с телеэкранов обществу

⁵² См.: Климова Е. А. Специфика бодипозитива в России / Е.А. Климова // Молодежь в науке и культуре XXI в.: Материалы междунар. науч.-творч. форума 31 окт. – 3 нояб. 2016 г.: pdf / сост. Е. В. Швачко. – Челябинск: Челяб. гос. ин-т культуры, 2016. – С. 36-37.

⁵³ См.: Подгорнов Н. Что не так с бодипозитивом. Или как хорошая идея начинает пожирать саму себя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3751529>. 24.09.2018.

⁵⁴ См.: Алексеева А. «Моё тело — моё дело»: блоги о бодипозитиве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://regnum.ru/news/2398598.html>. 01.04.2018.

⁵⁵ См.: Шаповалова О., Нордик Л. Краткий гид по феминизму от бодипозитива до квир. все, что вы хотели знать, но боялись спросить. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sobaka.ru/city/society/69620>. 08.03.2018.

показывали достаточно тощих звезд шоу-бизнеса. Эти образы являлись единственным стандартом красоты. Обыкновенная женщина не могла сидеть на дорогостоящих диетах и женский мир объявил войну «худому глянцу».

В Европе волна за права полных женщин стала набирать обороты с созданием ассоциации «Allegro Fortissimo» (Приложение В). Этот проект помогал полным людям противостоять дискриминации. В этом проекте также принимала участие полная французская киноактриса Энн Замберлан. Она предложила опубликовать фото другой пышной актрисы Даун Френч во французском журнале моды «Vog». Конечно же был получен жесткий отказ от журнала. Но другой французский журнал «Эсквайр» опубликовал фото Даун Френч. Публикация получила очень большую поддержку и охват, особенно у мужского населения Франции.⁵⁶

Мир Европейского «моделинга» начал понимать, что фото пышных женщин имеют большую популярность, чем фотосессии худых моделей, и быстро стал менять концепт отношения к «бодипозитиву». Девяностые годы прошлого века являются первой фиксированной точкой перехода идеологического и материального «бодипозитива» в «плюс-сайз моделинг». В это же время появляется первая книга о «бодипозитиве» «Миф о красоте». Ее автором является феминистка Наоми Вульф.

В России в 2012 году первая волна моделей «плюс-сайз» была представлена такими моделями как: Гульжан Тихомирова, Юлия Лаврова, Екатерина Жаркова и Марина Булаткина. Последние из них отличились в обнаженной фотосессии Нью-Йоркского фотографа Виктории Джанашвили. Цель акции, которую инициировала российская модель «плюс-сайз» Екатерина Жаркова, было привлечение внимания. По мнению «плюс-сайз» моделей «тощие и худые как вешалки» модели абсолютно не эстетичны. Поэтому фотосессия происходила в некоторых снимках парами. Где одновременно присутствовали худая и полная модель в обнаженном виде.

⁵⁶ См.: Бирюкова Анна. Мое тело – мое дело: История бодипозитива в шоу-бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kinoreporter.ru/bodypositive/> – статья в Интернете. 20.05.2020.

Иными словами, «плюс-сайз» модели объявили идеологическую войну анорексии.⁵⁷

Европейские и Американские стандарты внешнего вида и тела «плюс-сайз» моделей ничем не отличаются от российских вариантов. Но именно на территории США зарождается новый вид «плюс-сайз моделинга». С появлением в 2018 году на обложках международной версии журнала «Cosmopolitan», американской модели Тесс Холидей, «моделинг» этой страны сменил направление своего развития (Приложение Г).

Тесс Холидей является не просто очень полной женщиной, а моделью со всеми признаками ожирения. Ее появление на обложке именитого журнала вызвало как бурю негодования, так и множество положительных откликов. Это явление зафиксировало отправную точку во времени. Американский «моделинг» совершил радикальный разворот в сторону фактического принятия обществом ожирения. На данный момент США стоит в авангарде «плюс-сайз моделинга» с очень полными формами тела.

Эта провокационная акция и ее снимки в журнале, наделала много шума в мировом «моделинге» и послужила переломным моментом. После этого все мировые бренды стали с радостью рекламировать свою продукцию через образы «плюс-сайз моделей», постоянно увеличивая свою прибыль.

Репрезентация женщин, в том числе рекламная, давно служит объектом феминистской критики, так как женский образ в его нынешнем виде представляется конструкцией, возникшей в основном за счет работы масс-медиа. В современной культуре повышается значимость визуального компонента, по мнению некоторых исследователей^{58 59 60} в связи с

⁵⁷ См.: Marie Southard Ospina. 11 Influencers Talk Body Pos Versus Fat Acceptance (англ.). [Электронный ресурс]. – статья в Интернете. 07.07.2016.

⁵⁸ См.: Лабунская В.А. Типы преобразования внешнего облика как отражение направленности преобразовательной активности субъекта в социальном общении / В.А. Лабунская, Я.Б. Наровская // Мир психологии. –2006. – № 4. – С. 96-104.

⁵⁹ См.: Дашкова Т. “Идеология в лицах. Формирование визуального канона в советских журналах 1920-х – 1930-х годов” / Т. Дашкова // Культура и власть в условиях коммуникационной революции XX века. Под ред. К. Аймермайхера, Г.Бордюгова и И. Грабовского. – М.: АИРО-XX, 2002. – С.103-128.

⁶⁰ См.: Погонцева Д.В. Представление об эталонах красоты у современных девушек / Д.В. Погонцева // Научно-методический электронный журнал “Концепт”. – 2014. – Т. 20. – С. 2496-2500.

увеличением количества изображений разного качества и назначения, внедряемых в современную жизнь человека, заставила выделить новый феномен как визуальная культура. Постепенно изображение превратилось из «источника визуальной информации и эстетического наслаждения» в «объект потребительского рынка».

В настоящий момент, по мнению Татьяны Юрьевны Дашковой, можно зафиксировать значимость визуальной составляющей идеологии, в связи с этим особую значимость приобретает проблема визуального канона. Также можно отметить, что в современной визуальной культуре основным является именно женский образ, который является эстетическим объектом и выступает в роли носителя культурной семантики, выполняя различные экономические, социальные, политические и другие функции. Женские образы, которые визуальны обозначены, не только отражают, но и формируют социальную реальность.⁶¹

Также о роли СМИ в формировании эталонных представлений о теле и поведении человека пишет Сергей Егорович Мартынов, подчеркивая, что демонстрируемый образ тела в СМИ становится зачастую индивидуальной целью человека.⁶² В совместной работе с Галиной Александровной Ариной, Сергей Мартынов также отмечает, что зачастую это стремление достичь некоего эталонного образа приводит к неудовлетворенности своим внешним обликом.⁶³

Женские гляцевые журналы становятся инструментом формирования образа жизни и гендера женщины, в условиях глобализации. Взамен функции информирования СМИ получают функцию формирования, что является характерной особенностью движения информации в

⁶¹ См.: Дашкова Т. Визуальная репрезентация женского тела в советской массовой культуре 30-х годов / Т. Дашкова // Логос. – 1999. – № 11/12. – С. 131-155.

⁶² См.: Мартынов С. Влияние СМИ на отношение человека к собственному телу / Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2-х т. Т.2: Феномен «разорванной коммуникации»: Сб. статей / Под ред. Я.Н. Засурского, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой, А.Л. Варгановой, А.И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С.343-353

⁶³ См.: Арина Г.А., Средства массовой информации как фактор возникновения озабоченности собственной внешностью в юношеском возрасте / С.Е. Мартынов, Г.А. Арина // Культурно-историческая психология. – 2009. – №4. – С. 105-114.

современном обществе. Иными словами, женские глянцевого журналы не удовлетворяют потребности женщин, но формируют их. Формирование образа жизни современной женщины СМИ производят через категорию «априорности», т.е. формирования того, что воспринимается что-то несомненное и само собой разумеющееся.

Восприятие женщинами глянца чаще всего сводится к тому, что он формирует мечту. Та часть аудитории глянцевых изданий, которая воспринимает журнал не как чтение для досуга, а как своеобразное «руководство к действию», чаще всего переживают чтение как некую жизнь, а сам журнал порой заменяет им реальность. Происходит это через идентификацию читателя с героями журнала и их стилем жизни.

Таким образом, глянцевые издания формируют стереотип о том, какой должна быть современная успешная женщина, каким должен быть её мужчина и какие между ними должны быть взаимоотношения. Стереотипы, не сформулированные в сознании женщины изначально, внедряются в него с помощью глянца. При этом, в формировании женских образов в глянцевых журналах принимает участие не только его наполнение в виде статей, но и реклама.

Следует отметить, что в последнее время авторы все чаще поднимают проблему «жертв моды», к которым относят тех женщин, которые, попав под влияние модных эталонов женской красоты, перестают замечать собственные внешние достоинства и тем более забывают о «внутреннем наполнении». Как отмечает Алена Владимировна Либина, следуя желанию приблизиться к идеальному образу женщины «с обложки журнала», они отыскивают все новые и новые «дефекты» своей внешности и начинают испытывать хроническую неудовлетворенность собой.⁶⁴

Однако исследования образа женщины не ограничивается только рекламой, хотя таких исследований значимо больше. Так, интересный взгляд

⁶⁴ См.: Либина Е.В. Психология современной женщины: И умная, и красивая, и счастливая... М.: ПЕР СЭ, 2001. С.55-56.

на формирование женского тела в СМИ и кинематографе приводит Дарья Сергеевна Гордеева, рассматривая особенности репрезентации социокультурных ролей женщины и женского тела в анимационном фильме «Шрэк».⁶⁵

Исходя из теоретического анализа, мы можем говорить о том, что людям свойственно формировать свои представления и мировоззрения основываясь на СМИ как основном источнике информации, а СМИ в свою очередь используют женские образы так, чтобы спровоцировать максимальный интерес, но не изучают должного внимания негативным последствиям.

2.2 Идеал женщины в представлении жителей г. Благовещенска.

Идеал всегда подразумевает нечто недостижимое в реальной жизни, существующее где-то в воображении. У каждого есть свои представления о том, какие люди должны быть рядом с ним, однако не всегда на деле ожидания и мечты соответствуют воплощенной правде жизни. Среди представительниц прекрасного пола существуют определенное видение (понимание, понятия) об эталоне женской красоты, который меняется из десятилетия в десятилетие. В попытках им соответствовать, девушки и женщины, руководствуясь клише моды и стиля, изменяют собственную уникальную внешность, дарованную природой, для достижения заветного идеала. Есть определенные характеристики, компоненты, показатели физического и духовного мира женщины, которыми восхитился бы любой без исключения.

Исследование проводилось среди населения г. Благовещенска в июле 2019 года.

Общее количество опрошенных (после выбраковки анкет) – 100 человек.

⁶⁵ См.: Гордеева Д.С. Репрезентация социокультурных ролей женщины и женского тела в анимационном фильме «Шрэк» / Д.С. Гордеева // Обсерватория культуры. – 2010. – № 6. – С. 56-61.

Объект исследования был разделен по нескольким возрастным группам обоих полов:

- 16 – 30 лет;
- 31 – 49 лет;
- 50 – 65 лет.



Рисунок 1



Рисунок 2

Объектом исследования являлись жители города Благовещенска в возрасте от 16 до 65 лет. Количественное соотношение мужчин и женщин соответствует расчётам квотной выборки среди молодежи г. Благовещенска. Половозрастная структура опрашиваемых представляет собой 45% мужчин и 55% женщин, 33% из которых в возрасте от 16 до 30 лет, 42% от 31 до 49 лет и 25% – 50-65 лет. Следовательно, из 100 человек чуть больше половины составляют девушки.



Рисунок 3



Рисунок 4

Преимущественное количество респондентов имеют высшее образование, что составляет 59% от числа опрошенных. 24% имеют среднее специальное образование. В браке не состоят большинство опрошенных – 45%, семейных респондентов – 40%.

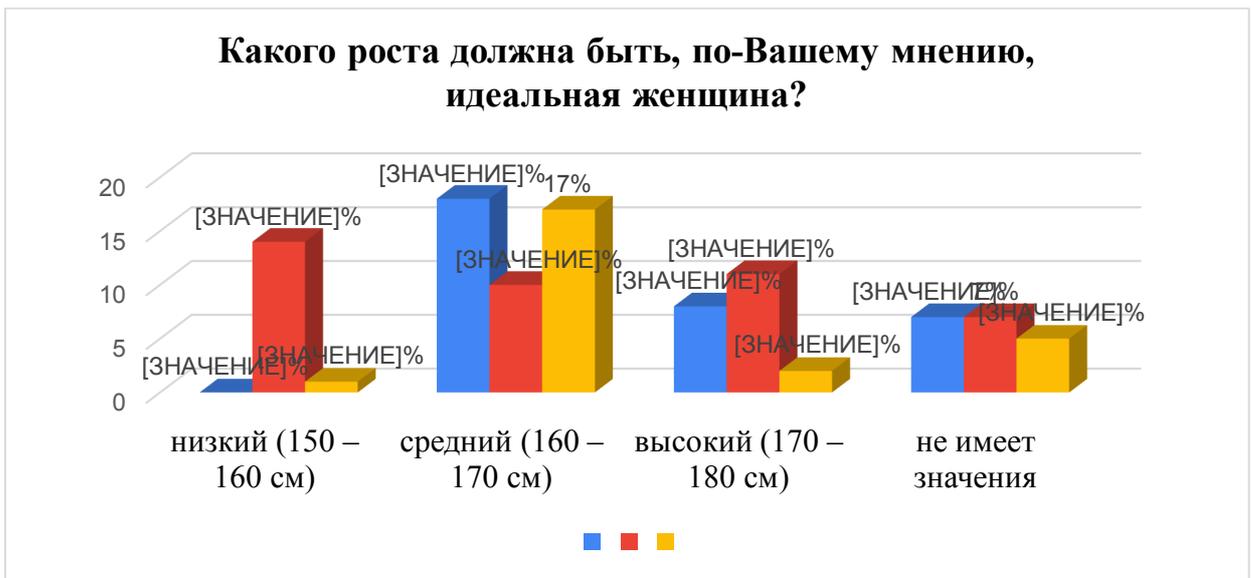


Рисунок 5

В ходе анализа результатов установлено, что опрошенные в возрасте от 16 до 30 лет и от 50 до 65 лет, считают средний рост женщины наиболее привлекательным (18% и 17%). А опрошенные в возрасте 31-49 лет считают низкий рост женщины идеальным (14%). Можно предположить, что большинство невысоких девушек чувствуют себя неуютно в своем росте. Этот дискомфорт объясняется комплексами, ощущением, что их не воспринимают серьезно, неуверенностью в своих силах. Позитивное мышление способно изменить взгляд на эти недостатки, сделав их главными достоинствами. Невысокие девушки, в отличие от высоких, имеют больше шансов найти мужа выше себя. И даже с невысоким парнем она будет выглядеть гармонично. Так же респонденты указали, что рост не имеет значения, так как есть более важные критерии. Несмотря на стереотипы, любой мужчина может сказать, что в спутнице главное не её рост.



Рисунок 6

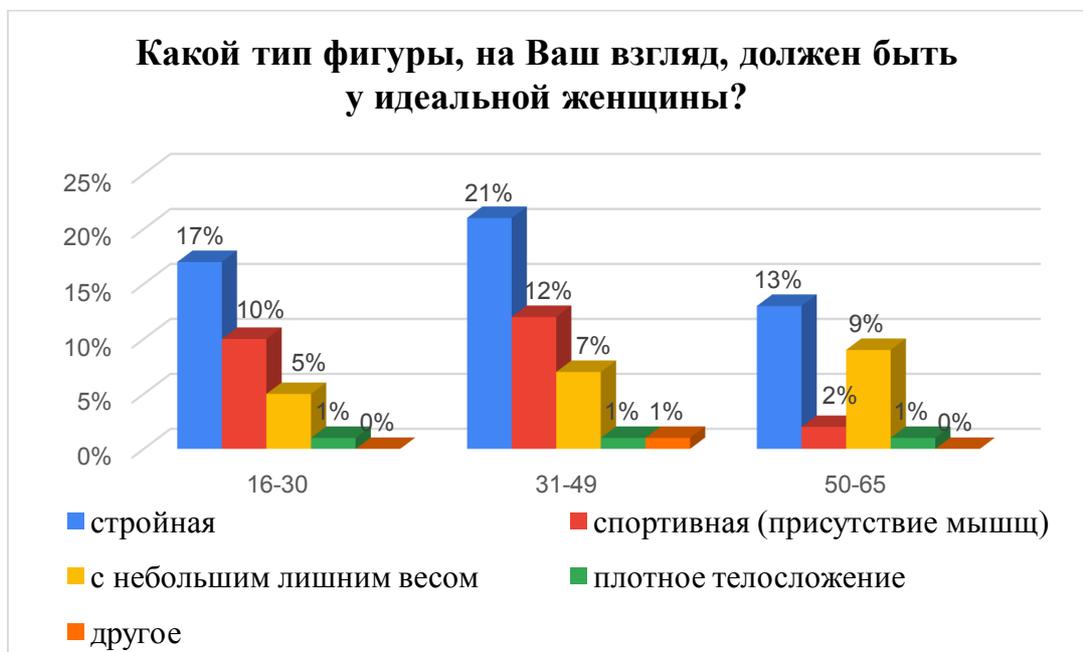


Рисунок 7

При выборе типа фигуры более половины опрошенных предпочли стройный тип фигуры – 51%. 24% считают, что у идеальной женщины должна быть спортивная фигура и 21% указывают на фигуру с небольшим лишним весом. Женщины всегда хотят выглядеть красиво, для этого используют не только различные косметические средства, но и посещают ежедневно салоны красоты, спортзал, для них красивая, идеальная фигура — превыше всего. Модная фигура каждый год меняется, нет однозначного

понятия, так как и слегка полноватые привлекают сильный пол, также как сильно худые женщины.

Сравнивая результаты по возрастным группам, можно сделать вывод, что идеальная женщина должна иметь стройную фигуру. Некоторые жители города Благовещенска в возрасте от 16-30 лет и от 31-49 лет предпочитают спортивный тип фигуры (10% и 12%), а респонденты возрастом 50-65 лет выделяют фигуру с небольшим лишним весом (9%).

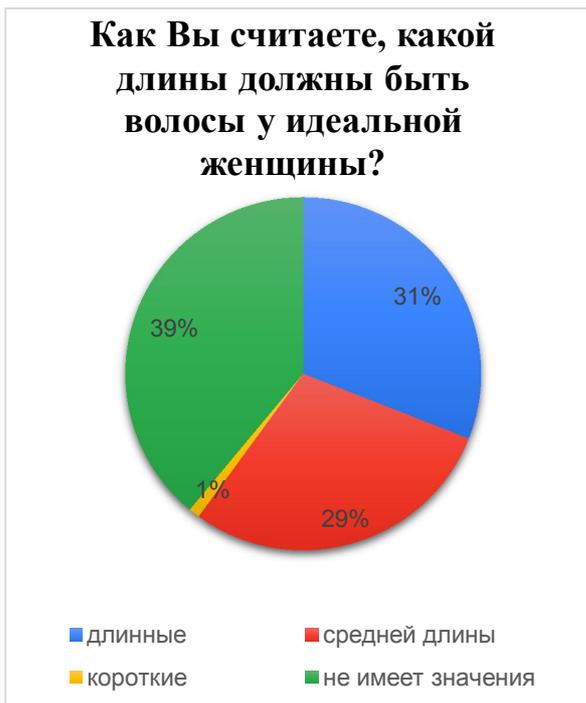


Рисунок 8

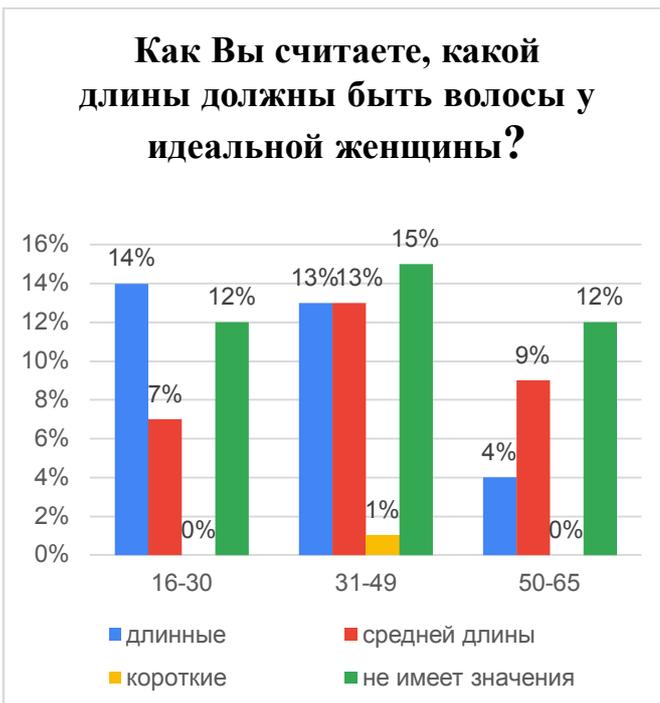


Рисунок 9

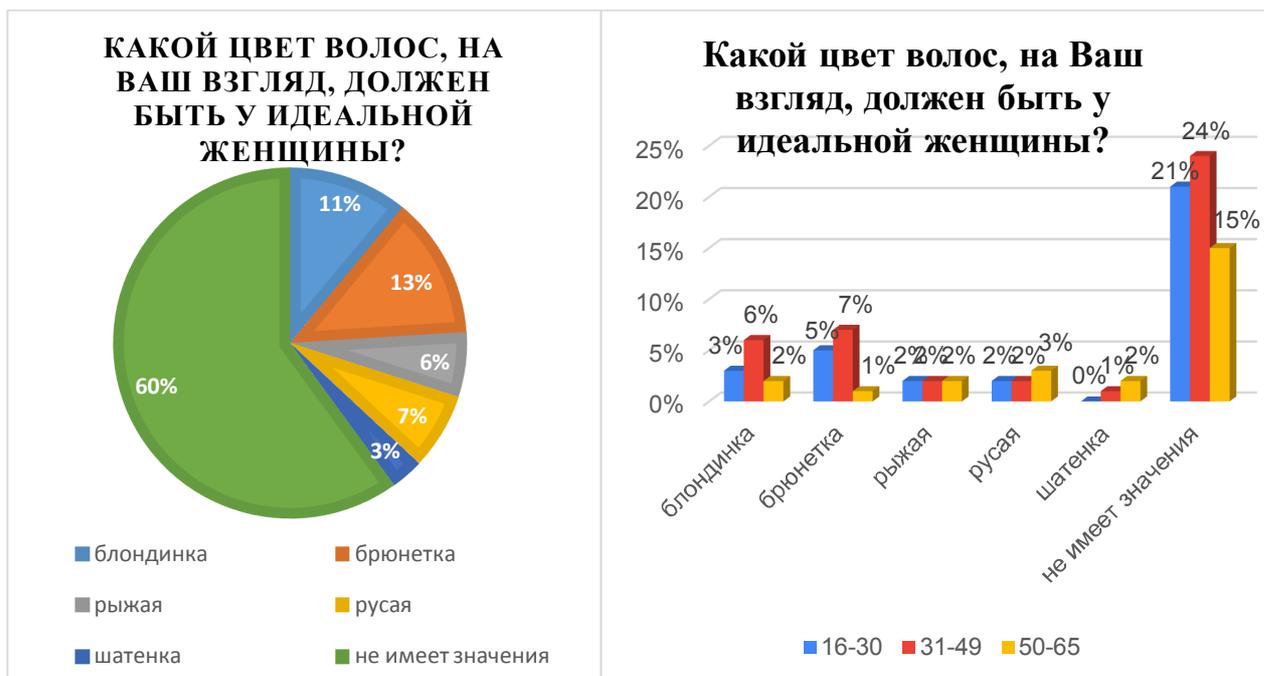


Рисунок 10

Рисунок 11

В ходе анализа результатов опроса жителей г. Благовещенска получены следующие данные: 39% всех респондентов указали, что длина волос не имеет значения так же, как и его цвет – 60%. Все возрастные категории сошлись во мнении, что цвет волос не важен. 31% из числа всех опрошенных назвали длинные волосы эталоном женской красоты, а 29% считают, что волосы средней длины наиболее привлекательны в женщине и 13% отметили, что современная идеальная женщина должна быть брюнеткой.

Молодежь предпочитает видеть в идеальной женщине длинные волосы, а опрашиваемые в возрасте от 31 до 65 лет уверяют, что длина волос для них не важна.

Каноны красоты меняются постоянно, поэтому, возникает множество вопросов. Одним из таких можно считать спор, относительно того, какой же цвет и длина волос для девушки, должны удачно вписываться в современные стандарты. Таким образом, в современном мире длина и цвет волос не имеют особого значения.



Рисунок 12

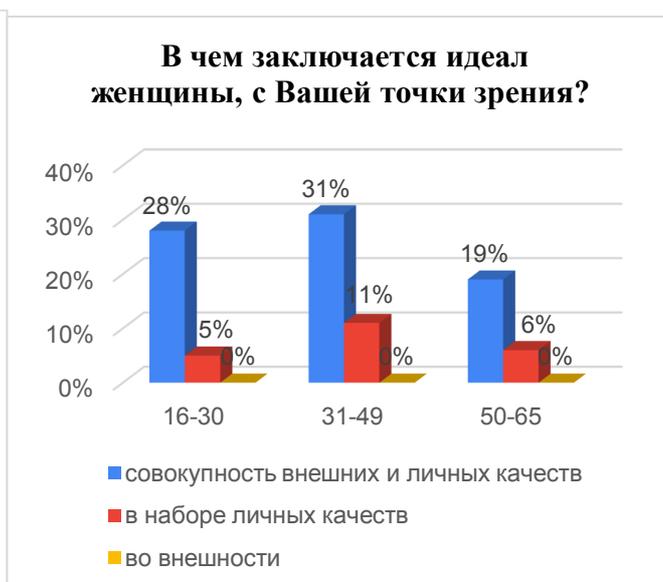


Рисунок 13

Наибольший процент опрошенных (78%) считает, что идеал женщины заключается в совокупности внешних и личных качеств, в этом солидарны все возрастные группы, 22% отмечает, что в женщине важны в первую очередь личные качества и ни один из респондентов не указал только на внешние данные.

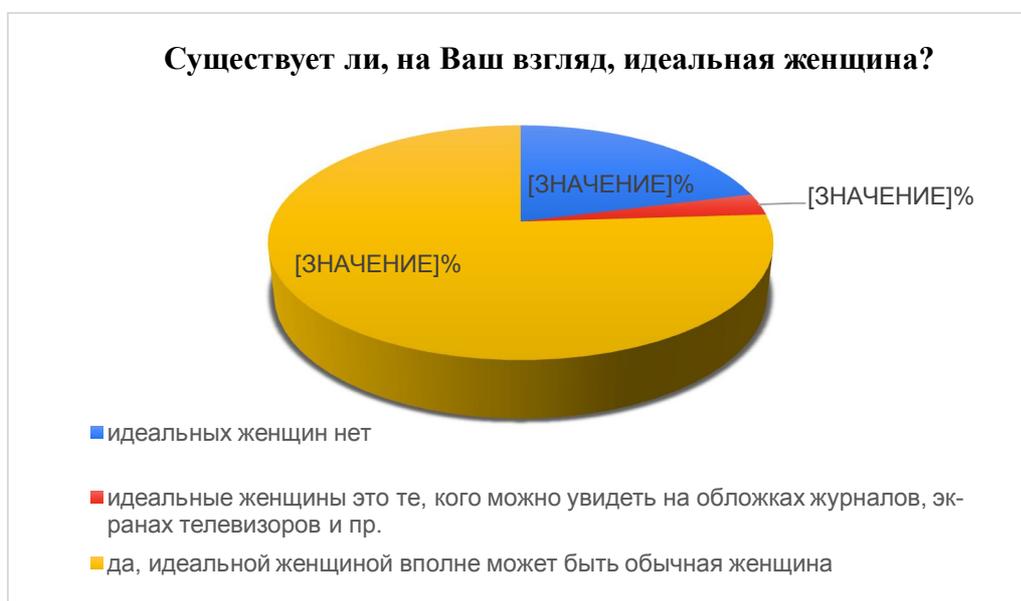


Рисунок 14

На вопрос о существовании идеальной женщины, подавляющее большинство респондентов уверяют, что идеальной женщиной может быть обычная женщина - 76%, но 21% опрошенных считают, что идеальных женщин нет. Каждый человек представляет свой идеал женщины, для кого-то

это мама, бабушка или приемный родитель, для кого-то это девушка или жена, у кого-то этот идеал еще не встретился или не сформировался как образ.

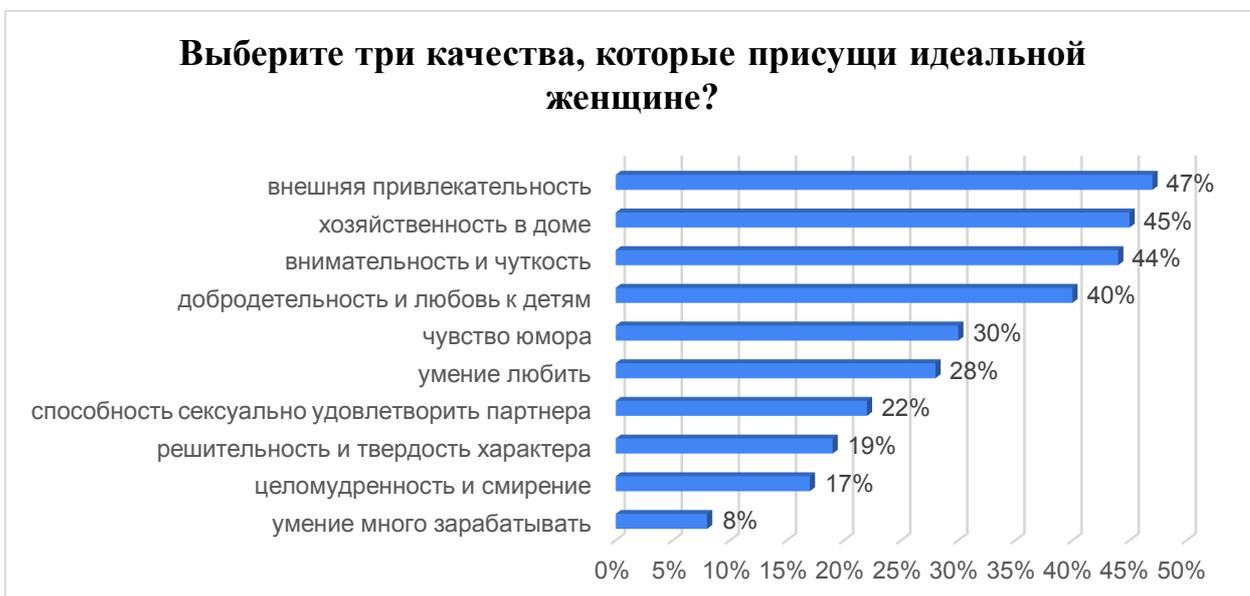


Рисунок 15

Респондентам предлагалось выбрать три качества, которые присущи идеальной женщине. Приоритетными из них оказались: внешняя привлекательность (47%), хозяйственность в доме (45%) и внимательность и чуткость. Таким образом гипотеза подтверждена.

Качества \ Возраст	Возраст		
	16-30	31-49	50-65
внешняя привлекательность	46%	57%	32%
способность сексуально удовлетворить партнера	39%	21%	0%
внимательность и чуткость	33%	45%	56%
хозяйственность в доме	33%	52%	48%
умение много	9%	7%	8%

зарабатывать			
чувство юмора	36%	26%	28%
умение любить	33%	19%	36%
решительность и твердость характера	15%	14%	32%
добродетельность и любовь к детям	33%	41%	48%
целомудренность и смирение	21%	17%	12%

Таблица 1

Опрошенные в возрасте 16-30 лет считают наиболее важными качествами внешнюю привлекательность – 46%, способность сексуально удовлетворить партнера – 39% и чувство юмора – 36%. Респонденты в возрасте 31-49 лет выделяют внешнюю привлекательность – 57%, хозяйственность в доме – 52% и внимательность и чуткость – 45%. Благовещенцы в возрасте 50-65 лет указывают на главные качества идеальной женщины, такие как: внимательность и чуткость – 56%, хозяйственность в доме, добродетельность и любовь к детям по 48%, и умение любить – 36%. Такие разные результаты возможно связаны с тем, что в силу возраста, в разные времена ценились разные типажи женщин и были разные эталоны красоты. Основой для формирования тех или иных представлений об идеальной женщине, служили социальный строй, представления о морали и духовных ценностях общества.



Рисунок 16

	16-30	31-49	50-65
абсолютно согласен(а)	1%	1%	1%
скорее да, чем нет	5%	5%	3%
скорее нет, чем да	12%	19%	8%
категорически не согласен(а)	15%	17%	11%

Таблица 2

Подавляющее количество респондентов не согласны с высказыванием, что «женский интеллект и женская красота – явления несовместимые». 43% категорически не согласны и 39% выбрали ответ скорее нет, чем да. В современном мире женщины могут быть умными и красивыми одновременно.



Рисунок 17

В жизни каждого человека существует два вида ценностей: материальные и нематериальные. Респондентам был задан вопрос на какие ценности ориентируется идеальная женщина. Большинство опрошенных уверяют, что на нематериальные – 78% и всего 22% говорят про материальные ценности. В ценностной иерархии материальные устремления теряют свои позиции, при этом наблюдается повышение значимости для людей нематериальных ценностей общественного блага, творчества и саморазвития. Таким образом, в ходе исследования была полностью подтверждена выдвинутая гипотеза.



Рисунок 18

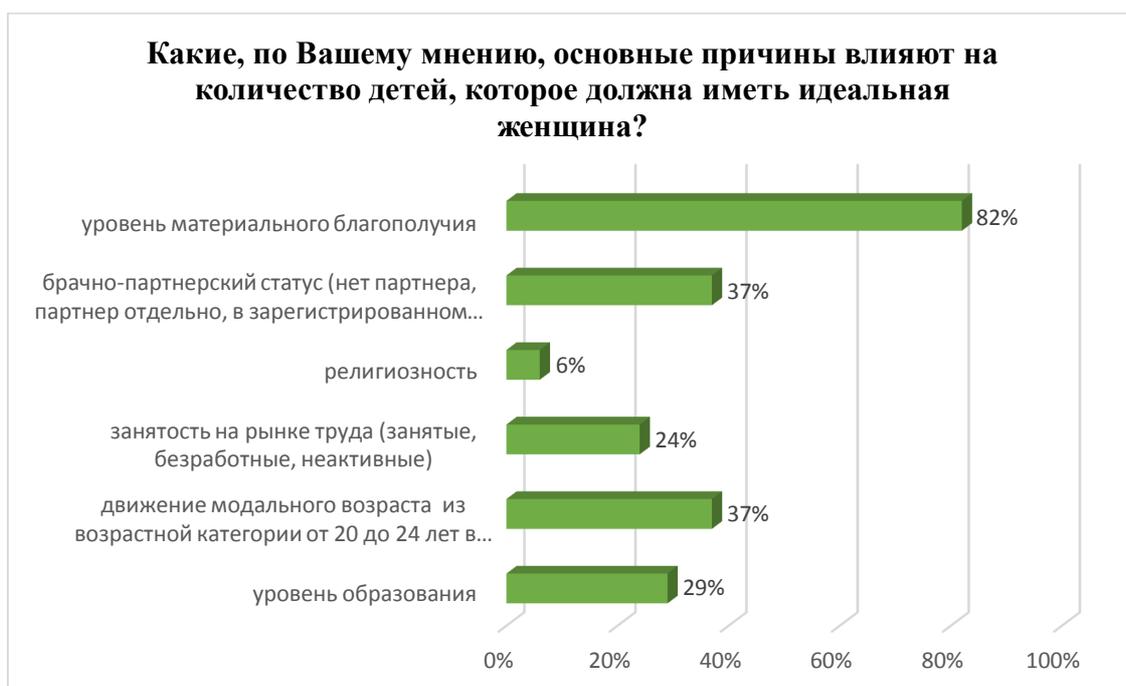


Рисунок 19

«Сколько детей должна иметь идеальная женщина?» – на первое место подавляющее количество граждан ответили двое детей – 61%. 14% отметили, что у неё должно быть трое детей. Неважно сколько детей будет у женщины, главное, чтобы все они были желанными и любимыми, что пояснили 9% опрошенных.

Большинство респондентов – 82% выделяют уровень материального благополучия, как главную причину от которой зависит количество детей, которое должна иметь идеальная женщина. Следующими причинами являются брачно-партнерский статус и движение модального возраста (возраста наибольшей интенсивности деторождения) из возрастной категории от 20 до 24 лет в возрастную категорию от 25 до 29 лет – по 37%. Дети обладают ценностью для родителей, однако в экономическом отношении рождение детей всегда связано с немалыми потерями. Сегодня в развитых странах доминирует модель двухдетной семьи (мальчик и девочка), что подтверждают многочисленные социологические опросы.

Из всего выше сказанного, можно утверждать, что гипотеза подтвердилась.

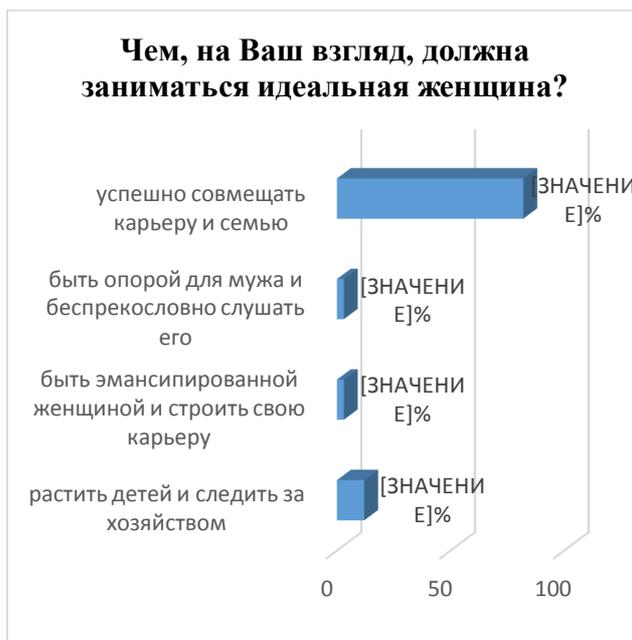


Рисунок 20

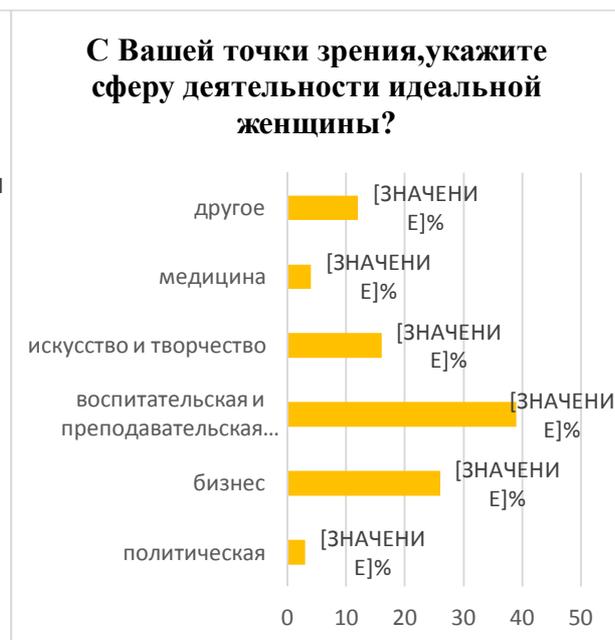


Рисунок 21

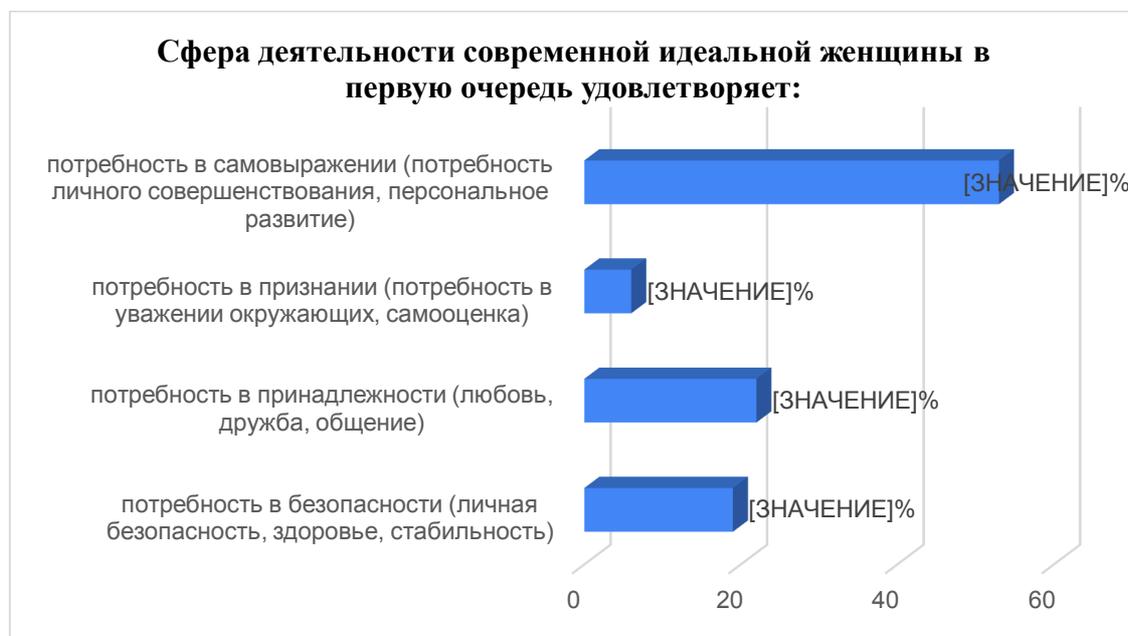


Рисунок 22

Исследование показало, что большая часть людей считает, что современная идеальная женщина должна успешно совмещать карьеру и семью. Так считают 82% опрошенных. «Женщина должна следить за собой во всех отношениях и быть достойным центром своей семьи. Безусловно, тон задаёт именно женщина - это она выбирает себе мужчину, она рождает и воспитывает детей, и она создает свой дом» - так ответила одна из опрошенных. Другая опрошенная подметила: «Современная женщина сейчас

все совмещает, и детей, и карьеру. И я не вижу смысла ставить перед собой лишь одну цель. Уверена, что если захотеть и постараться можно все успеть - и дом будет уютный, и детки здоровые, опрятные и воспитанные и любимая работа».

Вторым по популярности оказался ответ «Растить детей и следить за хозяйством». Так ответили 12% опрошенных. Все же традиционный устой общества еще не полностью отошел на второй план. Множество женщин выходят замуж и счастливы в браке. Они любят свой дом, отлично справляются с хозяйственными делами и могут уделять достаточно времени своим детям, чего не скажешь о большинстве карьеристок.

Для того, чтобы строить карьеру, многие женщины полностью погружаются в работу, иногда даже забывая о своей личной жизни. Наверное, именно поэтому всего 3% опрошенных выбрали вариант «Быть эмансипированной женщиной и строить свою карьеру». Все-таки женщина, в первую очередь, хранительница очага.

Вариант «Быть опорой для мужа и беспрекословно слушать его» набрал так же 3%. В современном мире жена не только имеет право голоса, она является первым и главным советчиком мужа. Он должен ее выслушать и обсудить с ней все интересующие вопросы.

Что касается сферы деятельности работы женщины, большинство опрошенных считают, что женщине лучше строить свою карьеру в воспитательской и преподавательской деятельности (36%). Женщина – создание милое и доброе. Ей нужно о ком-то заботиться, она более чувствительна, ей хотят доверять. Идеальная женщина всегда найдет нужный подход к человеку.

Бизнес в опросе оказался на втором месте. Он набрал 26% голосов. Современная женщина ни на шаг не хочет уступать мужчине. Успешные женщины в бизнесе – явление относительно новое. Долгое время бизнес считался уделом мужчин. Однако времена меняются, и бизнес-леди сегодня встречаются все чаще. Успех деловой женщины во многом зависит от тех же

факторов, что и в случае с бизнесменами мужчинами. Главным из таких факторов является постановка цели – без четкого определения цели невозможно продвижение к успеху. Личные природные качества женщин в различных формах бизнеса оказываются более предпочтительными.

На третьем месте респонденты указали сферу искусства и творчества – 16%. Женщина обладает многими качествами, какими мужчины наделены в меньшей степени, либо обделены вовсе. Это - способность к творчеству, умение моделировать новые идеи в новых ситуациях, чувство здравого смысла, система нравственных ценностей - честность, целомудрие, преданность, верность; энтузиазм и способность увлечь им других, терпение; умение очаровать и через это убедить.

На следующий вопрос о том, что в первую очередь должна удовлетворять сфера идеальной женщины больше половины опрошенных (53%), указали что сфера деятельности должна удовлетворять потребности в самовыражении (потребность личного совершенствования, персональное развитие). Под потребностью в самовыражении понимают желание индивида найти место в обществе, раскрыть личные качества, применить знания и навыки, осуществить замыслы. Он хочет быть лучше других, получить удовлетворение от достигнутого. Потребность в самовыражении самая сильная из тех, что есть у человека. Человеку важно показать все, что он умеет, и получить за это одобрение. Ему необходима обратная связь от людей, с которыми приходится сталкиваться. Внутренняя самореализация женщины важнее, чем привитые обществом идеальные качества.

Из всего вышеперечисленного можно утверждать, что гипотеза полностью подтвердилась.

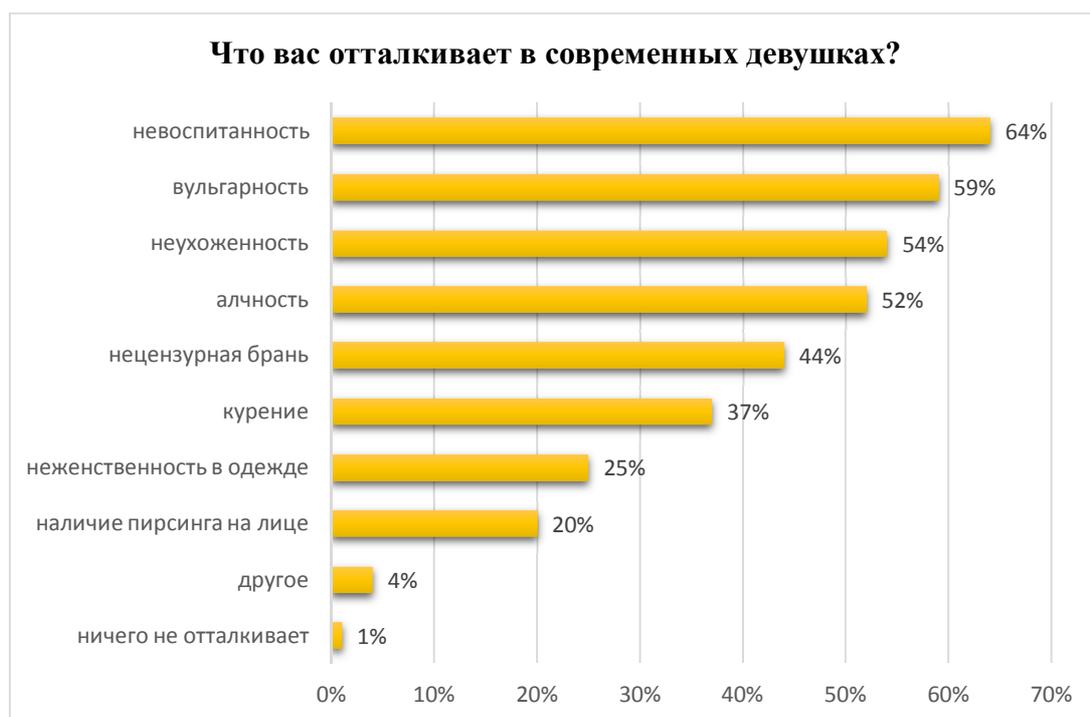


Рисунок 23

Из фактических данных, полученных в ходе опроса, можно сделать принципиальный вывод, что из отрицательных качеств женщины лидирует невоспитанность – 77% и вульгарность – 59%. Вульгарность означает отсутствие вкуса у человека, это своего рода антоним понятия красоты. Ни один достойный мужчина не обратит внимание на девушку, которая на глазах у окружающих может позволить себе вести себя вульгарно. Невоспитанные люди – это те, которые не умеют себя вести в обществе. Идеальная женщина должна иметь хорошие манеры, уметь адекватно вести себя в обществе и уважать других людей. На третьем месте оказалась неухоженность женщины – 54%. В современном мире ухоженность играет огромную роль, ведь человек, ухаживающий за собой, выглядит привлекательным и уверенным.

В исследовании следующие позиции занимают алчность (52%), нецензурная брань (44%) и курение (37%). И этому есть объяснение – алчная, агрессивная женщина не отличает свои требования и реальную необходимость. Она испытывает дискомфорт всякий раз, когда в жизни происходят события, которые не удовлетворяют ее главную

потребность. Вредные привычки усугубляют картину ведь это старит девушек и делает их менее привлекательными.

Возраст \ Качества	16-30	31-49	50-65
Вульгарность	58%	52%	72%
Курение	33%	36%	44%
Нецензурная брань	27%	55%	48%
Алчность	58%	55%	40%
Невоспитанность	58%	71%	60%
Наличие пирсинга на лице	12%	19%	32%
Неухоженность	55%	60%	44%
Неженственность в одежде	33%	26%	12%
Ничего не отталкивает	3%	0%	0%
другое	0%	2%	12%

Таблица 3

Для респондентов в возрасте 16-30 лет главными отталкивающими критериями являются – алчность, вульгарность, невоспитанность по 58% и неухоженность – 55%. Для опрашиваемых в возрасте 31-49 лет отрицательными качествами являются – невоспитанность (71%), неухоженность (60%), нецензурная брань и алчность (по 55%). А для возрастной группы 50-65 лет на первом месте из отрицательных критериев для женщины считается вульгарность (72%), на втором невоспитанность (60%), на третьем нецензурная брань.



Рисунок 24

	16-30	31-49	50-65
Высокие умственные способности, широкий кругозор умения поддержать беседу	18%	25%	15%
Женщине не обязательно быть особо умной и обладать широким кругозором	8%	7%	6%
Это не важно	7%	10%	13%
другое	0%	0%	1%

Таблица 4

По данным исследования, респонденты выделяют то, что женщина должна обладать высокими умственными способностями, широким кругозором и умением поддержать беседу в этом вопросе сошлись все возрастные категории – 58%. Быть умной — значит развивать свою личность и индивидуальность. Только умная женщина может грамотно и мудро распоряжаться жизнью, сохранять отношения и поддерживать свою семью, не забывая при этом про себя и свои интересы. Стремление быть умной — это желание идти в ногу со временем, иметь широкий круг интересов и уметь поддержать беседу — а это здравый смысл. Ум приносит не только знания, но и уверенность в себе и своей целостности, что очень привлекает.

Вариант «Женщине не обязательно быть особо умной и обладать широким кругозором» выбрали 21% опрошенных, вариант «Это не важно» выбрали 20% опрошенных. Возможно это связано с тем, что умной женщине нужно постоянно соответствовать, а для мужской психики это очень тяжёлая и энергозатратная задача. Мужчины по своей природе являются однозадачниками и переключаются с одного вида деятельности на другой не моментально, как это делают женщины. И никогда не могут делать несколько дел одновременно. Поэтому даже умный мужчина будет уступать умной женщине в скорости мышления и переключения.



Рисунок 25

Из полученных данных можно сделать вывод, что наибольший процент опрошенных – 70%, считает, что идеальная женщина может иметь свое мнение, но должна учитывать мнение мужчины. Современные женщины не хотят во всем подчиняться мужу. У них есть свое мнение, которое нельзя игнорировать. Это не значит, что женщина полностью должна противоречить мужу. Просто на каждую проблему есть своя точка зрения.



Рисунок 26

По результатам мониторинга установлено, что идеальная женщина обязательно должна уметь готовить (86%). Ведь женщины во все времена всегда готовили, налаживали быт и создавали уют. Но если женщина не готовит, это не всегда связано с нежеланием или неумением, а, скорее всего, с недостатком времени и многих других, не менее важных обязанностей. Но эти обязанности никак не оправдывают женщину, которая не знает, как чистить картошку и как пользоваться мясорубкой. Уметь готовить элементарные блюда женщина должна.

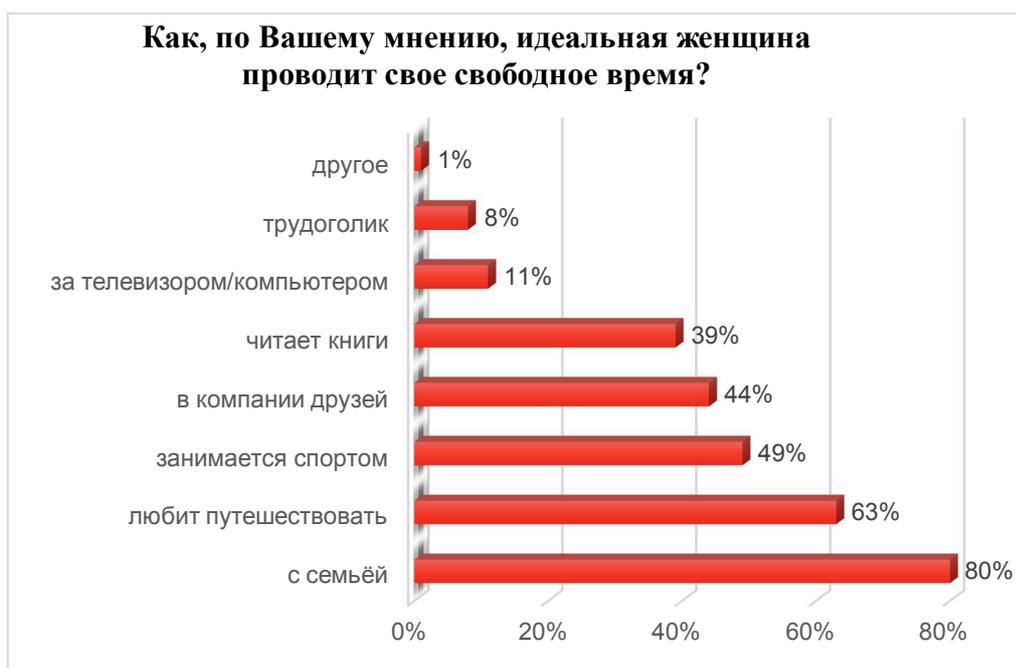


Рисунок 27

	16-30	31-49	50-65
любит путешествовать	64%	74%	44%
трудоголик	6%	7%	12%
с семьёй	91%	74%	76%
за телевизором/компьютером	21%	7%	4%
в компании друзей	52%	48%	28%
читает книги	39%	45%	28%
занимается спортом	55%	48%	44%
другое	0%	2%	0%

Таблица 5

«Как, по Вашему мнению, идеальная женщина проводит свое свободное время?» - такой вопрос был задан респондентам. Выяснилось, что 80% ответили – с семьёй, 63% - любит путешествовать, 49% - занимается спортом, 44% - в компании друзей и 39% - читает книги.

Из таблицы видно, что по возрастным категориям различий в ответах почти нет. На первом месте проводить свободное время женщина должна с семьёй, на втором месте любит путешествовать и на третьем месте она должна заниматься спортом.

То, как мы проводим время после работы, что делаем по вечерам, в выходные или в отпуске, влияет на нашу жизнь больше, чем кажется на первый взгляд. Если женщина хочет добиться успеха, то к выбору способа проведения досуга ей нужно подходить более взвешенно.

Порой у людей не хватает времени даже на звонки, не говоря уже о встречах с близкими и теми, с кем мы ведём дела. Но живое общение в кругу своей семьи гораздо важнее, и им никогда не стоит пренебрегать.

Важность физической активности сложно переоценить. Она повышает в женщине креативность, уверенность в себе и эмоциональную устойчивость как на работе, так и в личной жизни.

Путешествия для женщины особенно важны, потому что они позволяют расслабиться, испытать что-то новое, и возвратиться более счастливым и более мотивированным человеком.

Чтение книг всегда было разумным и полезным способом провести свободное время. Мозг человека подобен театру, так как полон многочисленных мыслей и образов. С помощью книги человек можете окунуться в мир, который описан в рассказе или повести. Кроме того, чтение – прекрасный способ развить свой ум.

Если женщина хочет не только провести время с пользой, но и получить заряд позитивной энергии, то она обязательно организует встречу с друзьями. Совместная прогулка по парку, игра в волейбол или просто дружеские посиделки в кафе обязательно пойдут ей на пользу.



Рисунок 28

Рисунок 29

На вопрос о наиболее привлекательной части женского тела, 38% уверяют, что ягодицы являются самой привлекательной частью женского тела. Чем выпуклее и круглее будут ягодицы, тем лучше. Именно так считают мужчины – 28%. Возможно, этим объясняется популярность такой фигуры, как у Бейонс и Ким Кардашьян.

34% считают, что это грудь и 28% выбрали вариант «ноги». Но мнения среди мужчин и женщин разделились, мужчины считают, что грудь является самой привлекательной частью женского тела, а женщины думают, что это ноги.

Грудь — это та часть тела, которая анатомически отличает женщин от

мужчин, поэтому на инстинктивном уровне, они всегда обращают на нее свое внимание. Тонкие, изящные, длинные, подчеркнутые туфлями на каблучке ноги, буквально сводят с ума.



Рисунок 30

По результатам опроса выяснилось, что 55% респондентов против пластических операций, 31% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос, некоторые положительно относятся к пластической хирургии – 14%. Как известно, женская красота — субъективное понятие, не поддающееся каким-либо измерениям и законам. Среди представительниц прекрасного пола существуют определенные видение об эталоне женской красоты, который меняется из десятилетия в десятилетие. В попытках им соответствовать, девушки и женщины, руководствуясь клише моды и стиля, изменяют собственную уникальную внешность, дарованную природой, для достижения заветного идеала.



Рисунок 31

Респондентам был задан открытый вопрос: «Назовите известную женщину (актрису, певицу, спортсменку, политика, бизнес-леди и пр.), которая, на Ваш взгляд, является идеальной женщиной». Идеальной женщиной по мнению большинства является актриса Анжелина Джоли (12%). Алла Пугачева, Ирина Аллегрова, Вера Брежнева, Ирина Хакамада, Ксения Бородина, Моника Беллуччи, Мэрилин Монро и Полина Гагарина – таких идеальных женщин выбрали респонденты (по 2%).

Так же проводился отдельный опрос среди молодежи города Благовещенска, в котором выявлялся образ идеальной женщины.



Рисунок 32



Рисунок 33

Объектом исследования являлись жители города Благовещенска в возрасте от 16 до 30 лет. Количественное соотношение мужчин и женщин соответствует расчётам квотной выборки среди молодежи г. Благовещенска. Половозрастная структура опрашиваемых представляет собой 45% мужчин и 55% женщин, 22% из которых в возрасте от 16 до 20 лет, 32% от 21 до 25 лет и 46% – 26-30 лет. Следовательно, из 100 человек чуть больше половины составляют девушки.

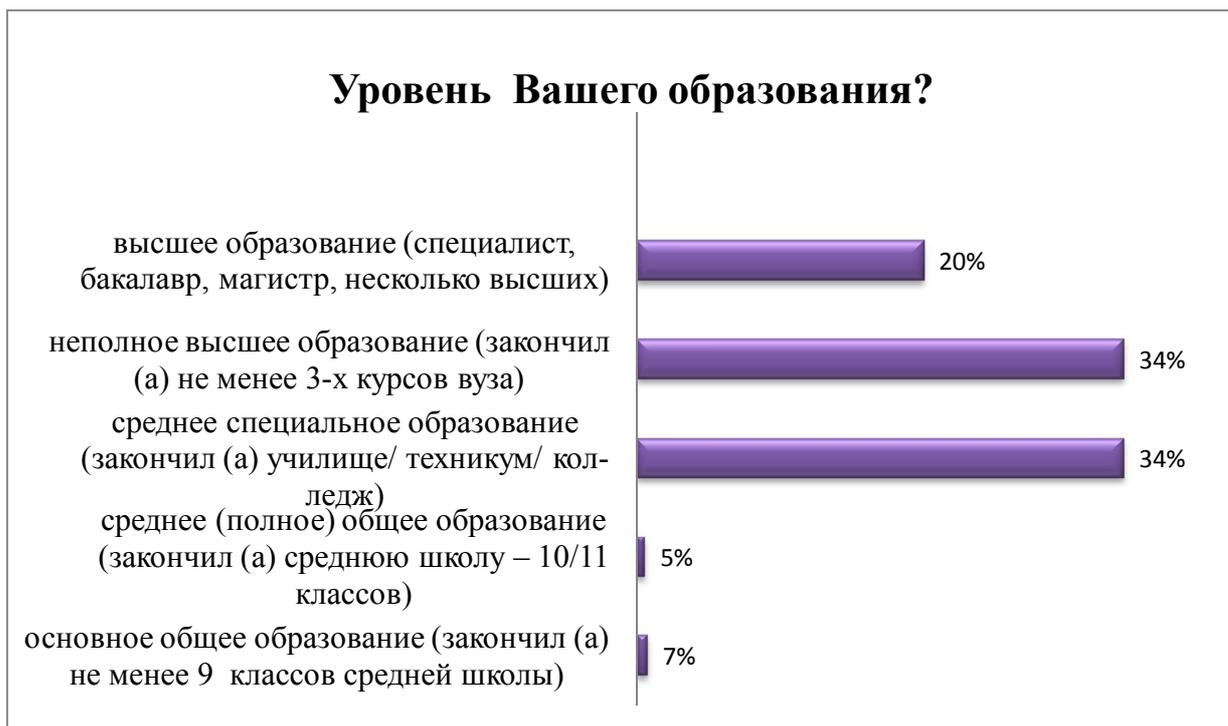


Рисунок 34



Рисунок 35

Преимущественное количество респондентов имеют среднее специальное и неполное высшее образование, что составляет 68% от числа опрошенных. 20% имеют высшее образование. В браке не состоят большинство опрошенных – 72%, семейных респондентов – 25%. Такое соотношение можно объяснить тем, что опрос проводился среди молодых людей, которые только начинают свою трудовую деятельность и семейную жизнь.

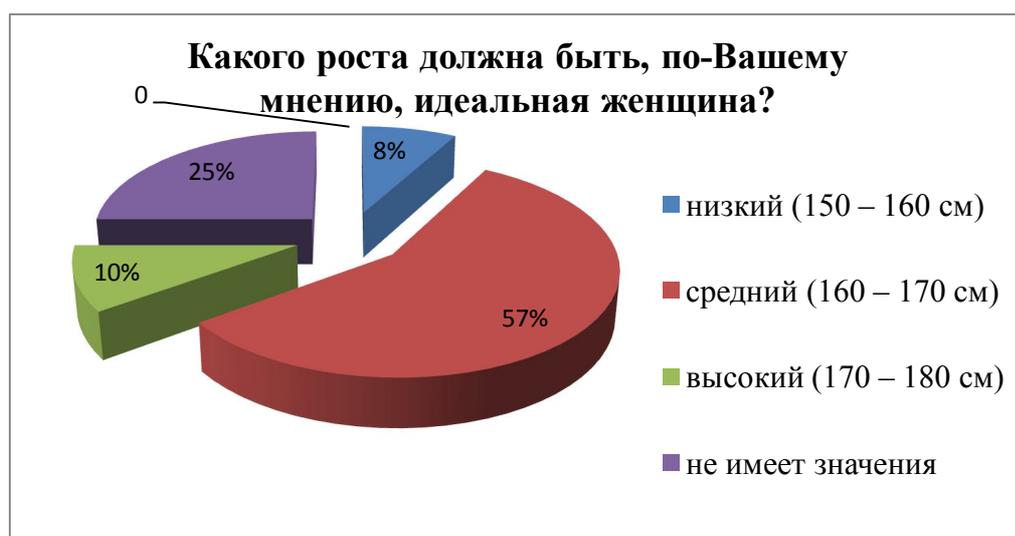


Рисунок 36

В ходе анализа результатов установлено, что подавляющее большинство опрошенных, считают средний рост женщины наиболее привлекательным (57%). А четверть респондентов указали, что рост не имеет значения (25%), так как есть более важные критерии.

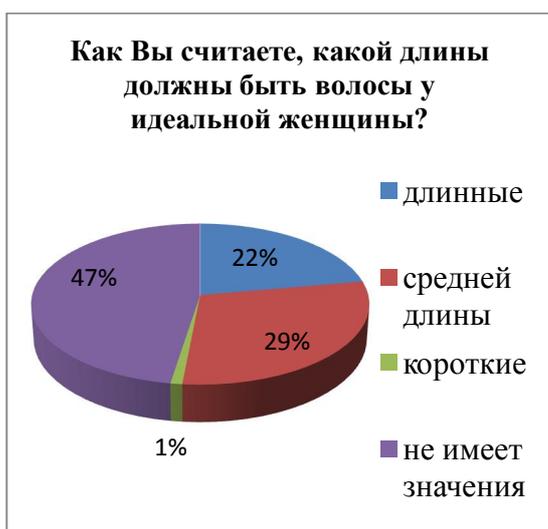


Рисунок 37



Рисунок 38

В ходе анализа результатов опроса молодежи получены следующие данные: 47% и 57% респондентов указали, что длина и цвет волос не имеют значения. 29% считают, что волосы средней длины наиболее привлекательны в женщине. А 22% из числа опрошенных назвали длинные волосы эталоном женской красоты. Так же 22% отметили, что современная идеальная женщина должна быть брюнеткой. Каноны красоты постоянно меняются, поэтому, возникает множество вопросов. Одним из таких можно считать спор, относительно того, какой цвет и длина волос для девушки, должны удачно вписываться в современные стандарты. Таким образом, в современном мире длина и цвет волос не имеют особого значения.

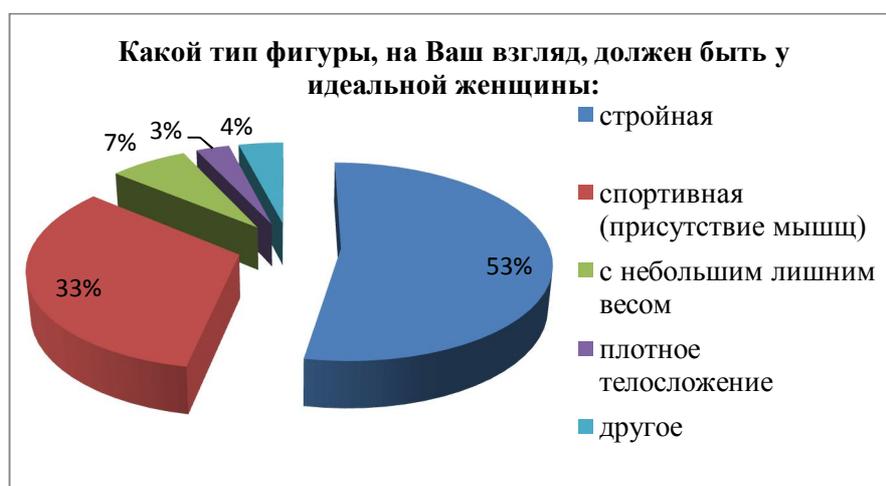


Рисунок 39

При выборе типа фигуры более половины опрошенных предпочли стройный тип фигуры – 53%. Одна треть респондентов – 33%, выбрали спортивное телосложение. Самым непопулярным ответом оказалось плотное телосложение – 3%. Это может быть связано с тем, что в XXI веке эталоном красоты для молодежи являются стройные, спортивные женщины.



Рисунок 40

Рисунок 41

«Сколько детей должна иметь идеальная женщина?» – на первое место подавляющее количество молодых людей ответили двое детей – 67%. И лишь 13% отметили, что у неё должен быть один ребенок. Так же немаловажным фактором является то, что, по мнению участников опроса, женщина должна уделять 70% своего внимания детям. Но четверть ответивших указали, что женщина должна 50% своего времени посвящать ребенку. Неважно сколько детей будет у женщины, главное, чтобы все они были желанными и любимыми, так пояснили несколько опрошенных молодых людей.

Из всего выше сказанного, можно утверждать, что гипотеза подтвердилась.



Рисунок 42

Большое количество опрошенных молодых людей ответили, а именно 62%, что женщина должна работать. В современном мире девушки могут сами обучаться и заниматься любимым делом, зарабатывая при этом на свои нужды. Вместе с тем, 25% пояснили, что женщина не должна работать, она имеет полное право стать домохозяйкой.



Рисунок 43

Из диаграммы видно, что на вопрос о сфере деятельности идеальной женщины, равное количество человек ответили, что женщина должна заниматься воспитательской и преподавательской деятельностью (28%) или

занять себя в сфере бизнеса (28%). У женщин более развито внимание к деталям, чувствительность рук, эмоциональная составляющая, что и делает ее более приспособленной к таким профессиям как учитель, воспитатель, библиотекарь, няня и т.д.

Женщины, как и мужчины, хотят больше зарабатывать и реализовывать свои идеи. В бизнесе женщина может заниматься своим любимым делом и получать высокий доход.

Так же 22% опрошенных утверждают, что женщине следует заниматься искусством и творчеством. Любое дело, любую мелочь идеальная женщина способна превратить в некий шедевр. Поэтому любое занятие доставляет ей удовольствие, при этом женщина умеет этим искренне наслаждаться.

На основании вышеизложенного можно утверждать, что гипотеза подтвердилась.



Рисунок 44

В жизни каждого человека существует два вида ценностей: материальные и нематериальные. Респондентам был задан вопрос на какие ценности ориентируется идеальная женщина. Большинство опрошенных уверяют, что на нематериальные – 81% и всего 19% говорят про материальные ценности. В ценностной иерархии современной молодёжи материальные устремления теряют свои позиции, при этом наблюдается повышение значимости для молодых людей нематериальных ценностей

общественного блага, творчества и саморазвития. Таким образом, в ходе исследования была полностью подтверждена выдвинутая гипотеза.



Рисунок 45

	16-20		21-25		26-30	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Интеллект	5%	10%	13%	12%	17%	22%
Воспитанность	8%	10%	10%	11%	12%	17%
Доброта	3%	8%	13%	9%	13%	15%
Умение прощать	1%	5%	8%	8%	10%	9%
Интеллигентность	1%	7%	5%	4%	8%	7%
Хозяйственность	1%	3%	7%	4%	8%	4%
Умение любить	1%	4%	3%	3%	5%	4%
Внешние данные	1%	4%	2%	3%	5%	3%
Сексуальность	0%	4%	2%	5%	5%	5%
Верность	0%	4%	2%	3%	6%	4%

Таблица 6

Как показал опрос, из числа всех опрошенных, в женщинах, прежде всего, ценится интеллект (79%), воспитанность (68%) и доброта (61%).

Так же выясним закономерности между качеством женщины, и возрастом, и полом респондента. Юноши в возрасте от 16-20 ценят в девушках воспитанность – 8%, парни возрастом от 21 до 30 лет выделяют на первый план интеллект (30%) и доброту (26%). Девушки в возрасте от 16 до 30 особо отмечают интеллект – 44% и воспитанность – 38%.

Женщина, замечающая хорошее, смотрящая на мир добрыми глазами, способная сопереживать и любить, притягивает людей. В понятие «ум» можно включить такие качества личности как: разумность, рассудительность, образованность, интеллигентность, проницательность и мудрость. С умным человеком всегда интересно общаться, рядом с ним невозможно не развиваться как личность. Умный человек, как правило, хорошо воспитанный, ответственный, сдержанный, философски смотрит на жизнь, не принимает необдуманных решений, не совершает безумных поступков, выбирает мирные пути разрешения конфликтов.

Таким образом, выводы полученные в ходе исследования подтверждают гипотезу.



Рисунок 46

Из фактических данных, полученных в ходе опроса, можно сделать принципиальный вывод, что из отрицательных качеств женщины лидирует неухоженность – 77% и невоспитанность – 62%. В современном мире ухоженность играет огромную роль, ведь человек, ухаживающий за собой, выглядит привлекательным и уверенным. Невоспитанные люди – это те, которые не умеют себя вести в обществе. Идеальная женщина должна иметь хорошие манеры, уметь адекватно вести себя в обществе и уважать других людей.

В исследовании следующие позиции занимают алчность (53%), вульгарность и курение (по 50%). И этому есть объяснение алчная, агрессивная женщина не отличает свои требования и реальную необходимость. Она испытывает дискомфорт всякий раз, когда в жизни происходят события, которые не удовлетворяют ее главную потребность. Ни один достойный мужчина не обратит внимание на девушку, которая на глазах у окружающих может позволить себе вести себя вульгарно. Вредные привычки усугубляют картину - молодежь полагает, что это старит девушек и делает их менее привлекательными.

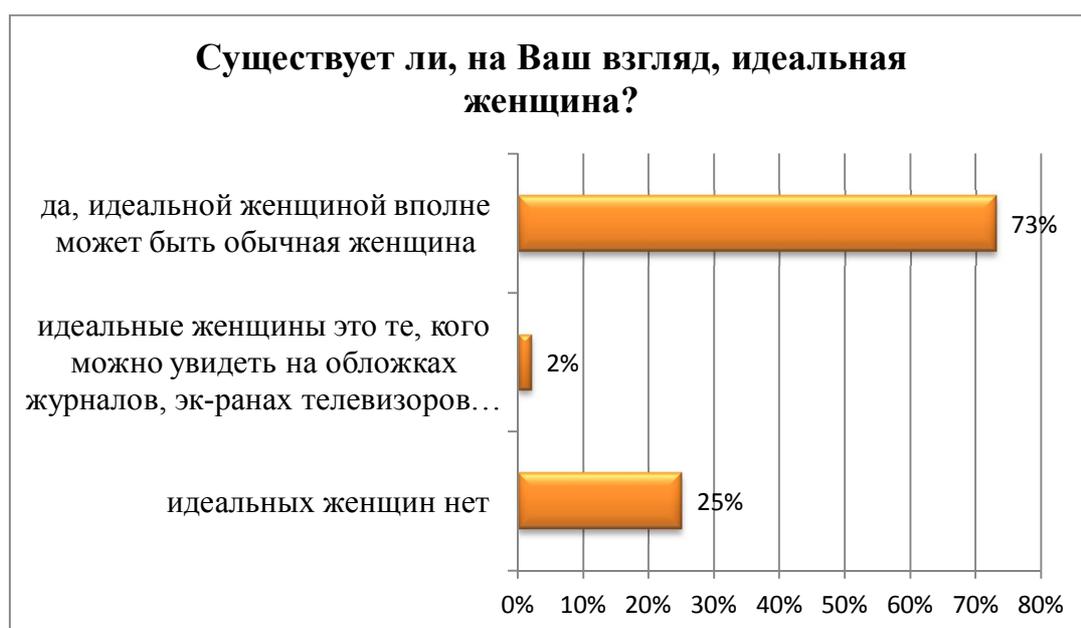


Рисунок 47

На вопрос о существовании идеальной женщины, подавляющее большинство респондентов уверяют, что идеальной женщиной может быть обычная женщина - 73%, но 25% опрошенных считают, что идеальных женщин нет.



Рисунок 48

По данным исследования, 60% отмечают, что женщина должна обладать высокими умственными способностями и широким кругозором. Достаточная начитанность и понимание важных основ сущности бытия является немаловажным качеством.



Рисунок 49

По результатам мониторинга установлено, что идеальная женщина обязательно должна уметь готовить (81%). Ведь доказано: путь к сердцу мужчины ведет через кулинарные способности женщины. Не стоит отрицать тот факт, что все юноши любят вкусно поесть, а девушки любят, когда их хвалят за искусные навыки в приготовлении пищи.



Рисунок 50

«Как, по Вашему мнению, идеальная женщина проводит свое свободное время?» - такой вопрос был задан респондентам. Выяснилось, что 27% ответили – с семьёй, 20% - занимается спортом, 19% - любит путешествовать, 15% - читает книги и 14% - в компании друзей.

Для женщины очень важно проводить время с семьёй, так же надо заниматься физической активностью, ведь она повышает креативность, уверенность в себе и эмоциональную устойчивость как на работе, так и в личной жизни. А путешествия помогают расслабиться, испытать что-то новое и получить новые эмоции.

Чтение книг всегда было разумным и полезным способом провести свободное время. Кроме того, чтение – прекрасный способ развить свой ум.

Если женщина хочет не только провести время с пользой, но и получить заряд позитивной энергии, то она обязательно организует встречу с друзьями. Совместная прогулка по парку, игра в волейбол или просто дружеские посиделки в кафе обязательно пойдут женщине на пользу.



Рисунок 51

Молодые мужчины и женщины солидарны по вопросу о самой привлекательной части женского тела. Так 64% мужчин и 55% женщин, считают, что ягодицы — это наиболее красивая часть женского тела. Немаловажную роль, как оказалось в теле женщины, имеют ее ноги, об этом высказали 22% мужчин и 25% женщин. 14% мужчин и 20% женщин отмечают привлекательность груди.



Рисунок 52

По результатам опроса выяснилось, что 57% молодых людей против пластических операций, 28% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос, некоторые положительно относятся к пластической хирургии – 15%.

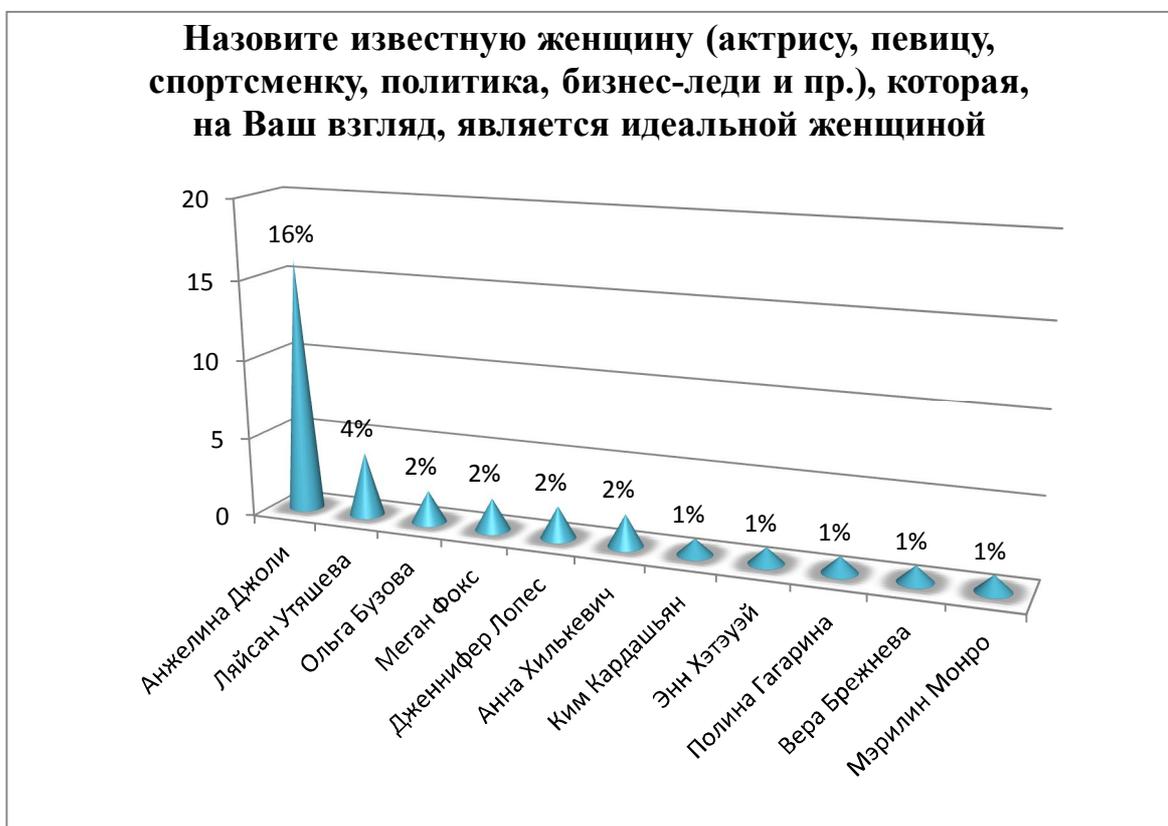


Рисунок 53

Респондентам был задан открытый вопрос: «Назовите известную женщину (актрису, певицу, спортсменку, политика, бизнес-леди и пр.), которая, на Ваш взгляд, является идеальной женщиной». Идеальной женщиной по мнению большинства является актриса Анжелина Джоли (16%), Ляйсан Утяшева (4%), некоторые признали впечатляющие внешние данные и замечательные личностные качества Ольги Бузовой, Меган Фокс, Дженнифер Лопес, Анны Хилькевич, Ким Кардашьян, а так же Энн Хэтэуэй, Полины Гагариной, Веры Брежневой и Мэрилин Монро.

Подводя итоги двух исследований можно сделать следующие выводы:

1) Жители города Благовещенска считают приоритетными качествами идеальной женщины ее внешнюю привлекательность, хозяйственность в доме, внимательность и чуткость, добродетельность и любовь к детям.

Внешний вид всегда создает первое впечатление о человеке. Женщина, которая красиво одевается и регулярно ухаживает за собой, будет всегда вызывать интерес у окружающих. К тому же, для дочки красивая мама – пример красивой, ухоженной женщины, а для сына – образ его будущей жены. У женщины, которая умеет хорошо и вкусно готовить, семья никогда не будет голодной. Так же идеальная женщина является хорошей женой, которая уважает интересы мужа и не вторгается в его личное пространство. Мужчине интересно с женщиной, которая много читает, путешествует, занимается спортом. Такая женщина умеет делиться информацией и всегда готова выслушать своего мужа. Она внимательна к своей семье, способна разрешить сложные ситуации, найти конструктивное решение. Такая женщина знает, как уладить семейный конфликт, не вынося его за стены дома.

В ходе исследования данная гипотеза подтвердилась.

2) Большинство опрошенных уверяют, что материальные ценности теряют свои позиции, при этом наблюдается повышение значимости для

людей нематериальных ценностей общественного блага. Духовные ценности в жизни человека служат его ориентиром, определяют его поведение. К духовным ценностям относят нематериальные блага (этика, мораль, преданность, миролюбие и т.п). Отождествляя себя с определённым набором ценностей, человек определяет своё место в обществе, относит себя к конкретным социальным группам. И вследствие этого формируются его поведенческие шаблоны. Идеальную женщину отличают культура, воспитанность и хорошие манеры.

Данная гипотеза нашла своё подтверждение в ходе анализа полученных данных. Поскольку при ответе на вопрос о ценностях, подавляющее количество людей считают нематериальные ценности важнее.

3) Респонденты в большинстве случаев отдают предпочтение тому, что идеальная женщина должна иметь двух детей. Некоторым женщинам сложно совмещать карьеру и семью. Так же рождение ребенка зависит и от уровня образования: чем он у женщин выше, чем она эмансипированнее, и тем позже наступает материнство, а детей в семье меньше. Женщины, ставшие матерями в зрелом возрасте, часто не успевают родить последующих детей. Только финансово независимые, состоявшиеся в карьере родители могут обеспечить детям более высокий уровень жизни, больше инвестировать в их образование и здоровье.

Данная гипотеза была подтверждена в результате обработки данных, поскольку респонденты разных возрастов голосовали за двухдетную семью.

4) По мнению благовещенцев сфера деятельности идеальной женщины удовлетворяет ее потребности в самовыражении. Данные потребности включают возможность самореализации женщины, её стремление к развитию внутреннего потенциала и творческих способностей. Идеальная женщина всегда знает свои потребности, тонко чувствует нужды других людей, умеет на все смотреть отстраненно и видеть далекие перспективы. Она умеет бескорыстно обо всех заботиться. Она уверена в себе, у нее есть смелость ценить себя и заявлять о своих желаниях, она смеет

быть требовательной, умея отстаивать свои законные интересы из списка того, чего хочет добиться. Поэтому у респондентов сложился образ идеальной женщины в сфере бизнеса, воспитательской и преподавательской деятельности. В бизнесе женщины могут заниматься своим любимым делом, реализовывать идеи и получать высокий доход. Данная гипотеза подтвердилась в ходе исследования.

5) Жители города Благовещенска в возрасте от 16 до 30 лет считают приоритетными качествами идеальной женщины воспитанность, интеллект и доброту.

В ходе исследования данная гипотеза подтвердилась. Молодежь города Благовещенска в возрасте от 16 до 30 лет в целом отрицательно оценивают в женщине неухоженность, невоспитанность, алчность, вульгарность и вредные привычки.

6) В ходе опроса были выявлены различия в ответах между молодежью, возрастной группы среднего и зрелого возраста. Выросшие в разные эпохи люди, воспитанные на разных ценностях и сформировавшиеся под влиянием совершенно разных политических, социальных и технологических процессов имеют различное мировоззрение. Люди зрелого поколения жили в условиях другого, технически менее совершенного, но более человеческого общества: чаще друг к другу ходили в гости, больше общались, вместе гуляли, отдыхали, что-то мастерили вместе с детьми. Проведя исследования, эти различия были выявлены, данная гипотеза подтвердилась.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В динамичном XXI веке наблюдается эволюция образа идеальной женщины. Возникают новые ролевые и статусные позиции современной женщины, обусловленные повышением уровня образования, многообразием профессиональной занятости, материальной независимостью и все большей индивидуализацией женщин. Женщина XXI века успешно выполняет домашние и профессиональные обязанности, сочетая одновременно роли жены, матери и хозяйки, с ролью работника или начальника.

Изучение образа идеальной женщины обусловлено с одной стороны, с увеличением как общественного, так и научного интереса к «женским проблемам», а также, с социальными трансформациями в современном обществе: генезис (изменение семьи), перераспределение ролевых отношений, феномен гендерного лидерства и т.д.

В настоящей бакалаврской работе были определены особенности представления об идеальной женщине у людей разных возрастных категорий на примере жителей г. Благовещенска.

При решении задачи исследования теоретических основ изучения идеала женщины как социокультурного феномена был проведен анализ научной литературы по проблеме исследования и сделан вывод о том, что на сегодняшний день идеал женской красоты продолжает находиться под влиянием прошлого, однако женщины современного общества трансформируют этот образ под нынешние реалии.

После изучения теоретических материалов о конструировании женского образа социальными институтами современного общества можно утвердительно говорить о том, что СМИ оказывают непосредственное влияние на формирование представлений об идеальной женщине и проведенные в этой области исследования успешно подтверждают эту гипотезу.

В ходе эмпирического исследования, охватившего 100 человек в возрасте от 16 до 65 лет, были собраны и обобщены с помощью контент-анализа различные характеристики образа идеальной женщины. Анкетирование проводилось на добровольной основе, испытуемые включались в группу после информированного согласия женщин и мужчин принимать участие.

По итогам исследования можно выделить следующие характеристики присущие идеальной женщине XXI века. Стройная фигура, рост также как длина и цвет волос не имеют значения, успешно совмещает карьеру и домашние обязанности, сферой деятельности выбирает преподавательскую и воспитательскую, имеет высокие интеллектуальные способности, прислушивается к мужу, но при этом высказывает собственное мнение, должна уметь готовить, а свободное время проводить с семьей, занятиями спортом и в путешествиях. Идеальная женщина должна иметь двоих детей, но все же количество детей напрямую связано с материальным благополучием. 55% респондентов уверенно высказались против изменений внешности с помощью пластической хирургии, так как образ идеальной женщины является совокупностью не только внешних, но и внутренних качеств.

Наибольший резонанс вызвал вопрос о трех главных характеристики идеальной женщины. Вне зависимости от пола и возраста респондентов приоритетными оказались: внешняя привлекательность (47%), хозяйственность в доме (45%) и внимательность и чуткость. Однако опрошенные в возрасте 16-49 лет считают наиболее важными качествами внешнюю привлекательность, а вот благовещенцы в возрасте 50-65 лет большее внимание обращают на внимательность и чуткость. Такие разные результаты могут быть связаны с тем, что в разные времена ценились разные типажи женщин и были разные эталоны красоты. Основой для формирования тех или иных представлений об идеальной женщине, служили социальный строй, представления о морали и духовных ценностях общества.

Подводя итоги проведенного исследования можно сложить образ современной идеальной женщины. Мнения жителей г. Благовещенска разных возрастных категорий не вызвали противоречий при ответе на большее число вопросов, что говорит о том, что наше общество растет и развивается, оставляя позади навязанные советские стандарты и смело принимая современную действительность.

Конечно, полученные результаты можно считать весьма условными, поскольку выборка испытуемых недостаточна для полноценного анализа. Однако, полученные результаты вполне могут послужить началом для дальнейшего исследования представлений об идеальной женщине не только в г. Благовещенске, но и среди других городов России. Полученные теоретические и эмпирические результаты и выводы могут быть использованы в процессе социально-психологической помощи женщинам, в деятельности работников социальных служб.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Алексеева А. «Моё тело — моё дело»: блоги о бодипозитиве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://regnum.ru/news/2398598.html>. 01.04.2018.
- 2 Анисимова М. Правила семейной жизни на Руси [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://www.moya-planeta.ru/travel/view/pravila_semejnoj_zhizni_na_rusi_33614/. 18.09.2017
- 3 Арина Г.А., Средства массовой информации как фактор возникновения озабоченности собственной внешностью в юношеском возрасте / С.Е. Мартынов, Г.А Арина // Культурно-историческая психология. – 2009. – №4. – С. 105-114.
- 4 Аршавская. Л. С. Мода, вкус, красота / Н. М. Аршавская, Л. С. Щербакова. - М.: Профиздат, 1991. - 224 с.
- 5 Бирюкова Анна. Мое тело – мое дело: История бодипозитива в шоу-бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kinoreporter.ru/bodypositive/> – статья в Интернете. 20.05.2020.
- 6 Бовуар С. Второй пол / С. Бовуар. – СПб.: Прогресс-Алтейя, 1997. – 832 с.
- 7 Быстрова Ю. Главная роль. Как меняется образ женщины-руководителя в популярной культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/375849-glavnaya-rol-kak-menyaetsya-obraz-zhenshchiny-rukovoditelya-v-populyarnoy>. 10.05.2019
- 8 Бычков В.В. Эстетика Отцов Церкви / В.В Бычков. – М.: Ладомир, 1995. – 406 с.
- 9 Бычков В.В, Эстетика. Вчера. Сегодня. Всегда / В.В. Бычков, Н.А Маньковская. – 2012. – Вып. 5: – М.: ИФРАН, –192с.
- 10 Виляева С. И. Историческое развитие понимания телесной красоты / С. И. Виляева // Аналитика культурологии. – 2014. – №29. – С. 185-201.

- 11 Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин / Н. Вульф; Пер. с англ. – М.: Альпина нонфикшн, 2013. – С. 15-17, 445 с.
- 12 Гольман, Е. А. Женская телесность: теоретические подходы и перспективы социологического исследования: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.01 / Е.А. Гольман. – Москва, 2015. – 239 с.
- 13 Гордеева Д.С. Репрезентация социокультурных ролей женщины и женского тела в анимационном фильме «Шрэк» / Д.С. Гордеева // Обсерватория культуры. – 2010. – № 6. – С. 56-61.
- 14 Дашкова Т. Визуальная репрезентация женского тела в советской массовой культуре 30-х годов / Т. Дашкова // Логос. – 1999. – № 11/12. – С. 131-155.
- 15 Дашкова Т. “Идеология в лицах. Формирование визуального канона в советских журналах 1920-х – 1930-х годов” / Т. Дашкова // Культура и власть в условиях коммуникационной революции XX века. Под ред. К. Аймермайхера, Г.Бордюгова и И. Грабовского. – М.: АИРО-XX, 2002. – С.103-128.
- 16 Денисова Е. В поисках идеала/ Е Денисова // Крестьянка. – 2007. – № 3. – С. 12-15.
- 17 Ильин Е.П. Пол и гендер / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 106 с.
- 18 Калиничев А.А. Женщины в культурной истории России / А.А. Калиничев // Труды кафедры истории Нового и новейшего времени. – 2015. – №15. – С. 294-298.
- 19 Кант И. Критика способности суждения / И. Кант. – Москва: «Искусство», 1994. – 367 с.
- 20 Кардапольцева В.Н. Женские лики России / В. Н. Кардапольцева. – Екатеринбург, 2000. – 158 с.
- 21 Клещина И. С. Психология гендерных отношений / И.С. Клещина // Теория и практика. – СПб.: Алетейя, 2004. – 408 с., 24с.

22 Климова Е. А. Специфика бодипозитива в России / Е.А. Климова // Молодежь в науке и культуре XXI в.: Материалы междунар. науч.-творч. форума 31 окт. – 3 нояб. 2016 г.: pdf / сост. Е. В. Швачко. – Челябинск: Челяб. гос. ин-т культуры, 2016. – С. 36-37.

23 Кузнецова Т. В. Древние греки о красоте / Т. В. Кузнецова // Вестник Российского философского общества. – 2006. – № 2. – С. 178-182.

24 Лабунская В.А. Типы преобразования внешнего облика как отражение направленности преобразовательной активности субъекта в социальном общении / В.А. Лабунская, Я.Б. Наровская // Мир психологии. – 2006. – № 4. – С. 96-104.

25 Либина А. Психология современной женщины: и умная, и красивая, и счастливая... / А. Либина. – М.: ПЕРСЭ, 2011. – 528 с., 55-56с.

26 Липовецкий Ж. Третья женщина / Ж. Липовецкий // Незыблемость и потрясение основ женственности: пер. с фр. – СПб.: Алетейя, 2003. – 512 с.

27 Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре / Ю.М. Лотман // Быт и традиции русского дворянства (XVIII-начало XIX века). – СПб.: «Искусство — СПб», 1994. – 59 с.

28 Мартынов С. Влияние СМИ на отношение человека к собственному телу / Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2-х т. Т.2: Феномен «разорванной коммуникации»: Сб. статей / Под ред. Я.Н. Засурского, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой, А.Л. Вартановой, А.И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С.343-353

29 Морозова З. С. Эволюция социального статуса женщины / З.С. Морозова // Социально-гуманитарные знания. – 2008. – № 2. – С. 185-194

30 Национальная социологическая энциклопедия. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 22. 04. 2020. – Режим доступа: <https://voluntary.ru/termin/gendernye-stereotipy.html>

31 Овсянников М.Ф. История эстетической мысли / М.Ф. Овсянников. – М.: Высшая школа, 1998. – 352с

- 32 Паке Д. История красоты / Д. Паке: пер. с фр. Ю. Розенберг. – М.: АСТ: Астрель, 2003. – 128с
- 33 Платон. Диалоги: пер с древнегреч. / Платон. – М.: Издательство «Э», 2016. – 354с.
- 34 Платон. Федр: Беседы с Сократом / Платон; Пер. А.Н. Егунова; Ред. греч. и рус. текстов, вступ. ст., коммент., хронология, индексы имен и наиболее употреб. терминов Ю.А. Шичалина. – М.: Прогресс, 1989. – 42 с.
- 35 Подгорнов Н. Что не так с бодипозитивом. Или как хорошая идея начинает пожирать саму себя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3751529>. 24.09.2018.
- 36 Погонцева Д.В. — Культурно-историческая динамика представлений о женской красоте // Человек и культура. – 2014. – № 5. – С. 67 - 85. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=14612
- 37 Погонцева Д.В. Представление об эталонах красоты у современных девушек / Д.В. Погонцева // Научно-методический электронный журнал “Концепт”. – 2014. – Т. 20. – С. 2496-2500.
- 38 Розанов В.В. В темных религиозных свечах / В.В. Розанов // Свеча в храме. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 37с.
- 39 Сафонова Н. А. Проблема положения женщины в современном российском обществе / Н. А. Сафонова // Молодой ученый. – 2018. – № 14. – С. 250-251.
- 40 Свендсен Л. Философия моды / Л. Свендсен. – М.: Университетская книга, 2010. – 254 с.
- 41 Сериков Г.В. Проблема единства внешнего и внутреннего, души и тела в истории психологии / Г.В. Сериков // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология, 2009. – Т. 3. – № 1. – С. 35-41.
- 42 Сильвестр. Домострой / Сильвестр. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 47с.

43 Сушков И.Р. Самокатегоризационная теория и групповые феномены / И.Р. Сушков // Психологический журнал. – 1994. – Т. 15. – № 1. С. 158-168, 22 с.

44 Татищев В. Н. Духовная моему сыну / В. Н. Татищев. – СПб.: Типография Глазунова, 1896. – 183 с.

45 Шаповалов В. Традиционные образы женщины в русской культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://viperson.ru/articles/viktor-shapovalov-traditsionnye-obrazy-zhenschiny-v-russkoy-kulture>. 28.10.2014.

46 Шаповалова О., Нордик Л. Краткий гид по феминизму от бодипозитива до квир. все, что вы хотели знать, но боялись спросить. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sobaka.ru/city/society/69620>. 08.03.2018.

47 Шокарева А. Дворянская семья: Культура общения: Русское столичное дворянство первой половины XIX века / Алина Шокарева. – М.: Новое литературное обозрение, 2016. – 54 с.

48 Шопенгауэр А. Мир как воля и представление / А. Шопенгауэр. – М.: Наука, 1993. – Т. 2. – 671 с.

49 Эвола Ю. Метафизика пола / Ю. Эвола. – М.: Беловодье, 1996. – 190с.

50 1930–1950-е. Золотой век Голливуда // История моды. – М., 2018. – № 81. – С. 4–47.

51 Bartky S. L. Foucault, Femininity and the Modernization of Patriarchal Power//The Politics of Women's Bodies: Sexuality, Appearance, and Behavior/ R. Weitz (ed.). N.Y.; Oxford: Oxford University Press, 1998. P. 41–42.

52 Bordo S. Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body. Berkeley: University of California Press, 1995. P. 5, 204

53 Hargreaves D. A., Tiggemann M. Idealized media images and adolescent body image: “comparing” boys and girls // Body Image, Volume 1, Issue 4, December 2004, Pages 351-361.

54 Marie Southard Ospina. 11 Influencers Talk Body Pos Versus Fat Acceptance (англ.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bustle.com/articles/170978-11-influencers-discuss-the-differences-between-body-positivity-fat-acceptance>. 07.07.2016.

55 Singh D. An evolutionary theory of female physical attractiveness // Psi Chi Vol. 10, No. 3, pp. 18-19, 28-31.

56 Sparhawk J. M. Body image and the media: the media's influence on body image // Fulfillment of the Requirements for the Master of Science Degree With a Major in Mental Health Counseling University of Wisconsin- Stout, August, 2003. 68 p.

57 Tiggemann M., Slater A. Contemporary girlhood: Maternal reports on sexualized behaviour and appearance concern in 4–10 year-old girls // Body Image, Volume 11, Issue 4, September 2014, Pages 396-403.

58 Tovée M.J., Swami V. Does hunger influence judgments of female physical attractiveness? British Journal of Psychology. 2006 Aug; 97 (Pt 3): 353-363.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Лиля Брик на фотографиях Александра Родченко



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Андрей Матвеевич Матвеев «Автопортрет с женой»



ПРИЛОЖЕНИЕ В

Проект Аллегро Фортиссимо. Париж 1990 года. Фото Уильям Кляйн



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Обложка «Cosmopolitan», октябрь 2018



ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Программа социологического исследования

Тема исследования: «Образ идеальной женщины в представлении жителей г. Благовещенска».

Обоснование проблемной ситуации. Определение объекта и предмета исследования.

Проблема исследования:

– гносеологическая сторона – отсутствие актуальных социологических данных по данной теме;

– предметная сторона – представление об особенностях женщин непостоянны, так как исторически и культурно изменяются. Смысл, вкладываемый в выражение «идеальная женщина» меняется от поколения к поколению различно для всех социальных слоев. Сравнивая мнения современной молодежи и людей среднего и старшего возраста, можно продемонстрировать, насколько изменилась система представлений о женственности в период выравнивания прав и возможностей мужчины и женщины в публичной и приватной сферах.

Объект исследования: жители города Благовещенска от 16 лет до 65 лет.

Предмет: представление жителей города Благовещенска об идеальной женщине.

Актуальность исследования.

Актуальность социологического исследования идеала женщины связана с социальными трансформациями в современном обществе: генезис (изменение семьи), перераспределение ролевых отношений, феномен гендерного лидерства и т.д.

Также известно, что средства массовой информации оказывают большое влияние на человека. Любая информация, идущая через СМИ, мгновенно проникает в сознание людей и формирует в нем различные

мнения, установки, стереотипы, с помощью которых каждый человек строит свое отношение к воспринятой информации. Но зачастую при передаче информации вместе с ней передается и то мнение, которое хотят сформировать одни люди о других. Так или иначе, в нашей жизни всегда присутствуют гендерные стереотипы, они постоянно формируют образы мужчины и женщины у большинства из нас. И от данных образов и стереотипов зависят и наша самооценка, и восприятие окружающих, и выбор профессии, а, в конечном счете, и все наше поведение. Поэтому в настоящее время актуально изучать проблемы современного социального отношения в обществе.

Цель: выявить образ идеальной женщины в представлениях молодежи, возрастной группы среднего и зрелого возраста.

Задачи:

1. Выявить внешние и внутренние качества идеальной женщины в представлениях жителей г. Благовещенска от 16 до 65 лет.

2. Выявить на какие ценности должна ориентироваться идеальная женщина по мнению жителей г. Благовещенска.

3. Выявить в представлениях жителей г. Благовещенска количество детей, которое должна иметь идеальная женщина и основные причины этого выбора.

4. Выявить какие потребности должна удовлетворять сфера деятельности идеальной женщины.

5. Сравнить результаты опроса и выявить главные различия в идеале женщины между опрошенными возрастными группами.

6. Выявить факторы, влияющие на представление об идеальной женщине у жителей г. Благовещенска.

Гипотеза–основание: большинство жителей г. Благовещенска имеют собственное представление об идеальной женщине.

Гипотезы–следствия:

1. Приоритетными качествами идеальной женщины является ее внешняя привлекательность, хозяйственность в доме, внимательность и чуткость, добродетельность и любовь к детям.

2. Идеальная женщина, по мнению благовещенцев, в современном мире больше ориентируется на нематериальные ценности.

3. Идеальная женщина должна иметь двоих детей исходя из материального благополучия, движение модального из возрастной категории от 20 до 24 лет в возрастную категорию от 25 до 29 лет и брачно-партнерского статуса.

4. Сфера деятельности идеальной женщины удовлетворяет ее потребности в самовыражении.

5. По результатам опроса выяснилось, что у разных возрастных групп мнения об идеальной женщине частично не совпадают.

6. На формирование современного образа идеальной женщины, по мнению благовещенцев, влияют такие факторы как образованность, ухоженность, красота, здоровый образ жизни, сдержанность в поведении и одежде, хозяйственность и любовь к детям.

Теоретическая интерпретация понятий.

Возрастная категория – подход в рыночной сегментации, где потребителей разделяют по возрасту, например, на детей, подростков, взрослых и людей пожилого возраста.

Гендер – существующее в социуме представление о мужчине и женщине, т. е. собственно представления мужчин и женщин о самих себе и противоположном поле.

Гендерные стереотипы – это стандартизированное представление о качествах и моделях поведения, соответствующих понятиям «мужское» и «женское».

Идеал – высшая ценность; наилучшее, завершенное состояние того или иного явления; образец личных качеств, способностей; высшая норма нравственной личности; высшая степень нравственного представления о

благом и должном; совершенство в отношениях между людьми; наиболее совершенное устройство общества.

Информированность – состояние сознания аудитории, при котором каждый ее субъект располагает необходимой и достаточной информацией, позволяющей верно ориентироваться в действительности.

Материальные ценности – ценности в вещественной форме, в виде имущества, товаров, предметов.

Мода – совокупность привычек, ценностей и вкусов, принятых в определённой среде в определённое время.

Молодежь – это группа людей, для которой характерно принадлежность к одной возрастной группе – от 16 до 30 лет.

Нематериальные ценности имеют два ключевых типа:

1. Неявные нематериальные ценности. К ним относятся знания и отношения (между людьми и организациями) в исходной форме (в отсутствие отношения владения).

2. Явные нематериальные ценности (интеллектуальная собственность).

Отношение – мнение по поводу чего-либо, система суждений и ощущений в связи с чем-либо.

Пол – совокупность генетически детерминированных признаков, определяющих роль человека в процессе оплодотворения.

Предпочтение – признание человеком преимущества характеристик одного объекта над другим.

Представление – воспроизведение в сознании образа предметов и явлений без чувственного восприятия (на основе припоминания или воображения).

Сфера деятельности – это совокупность среды внешних и внутренних факторов, которая формируется вокруг труда отдельного человека или полноценной организации.

Уровень образования – статистический показатель освоения отдельным человеком и населением в целом образовательных программ разного уровня.

Фактор – причина, движущая сила какого-либо процесса, определяющая его характер или отдельные его черты

Аналитическая операционализация.

Таблица 1 – Структурная операционализация:

Идеал женщины в представлении жителей г. Благовещенска			
Внешние и внутренние качества идеальной женщины	Ценности, на которые ориентируется идеальная женщина	Количество детей у идеальной женщины	Какие потребности должна удовлетворять сфера деятельности идеальной женщины
<ul style="list-style-type: none"> – внешняя привлекательность – способность сексуально удовлетворить партнера – внимательность и чуткость – хозяйственность в доме – умение много зарабатывать – чувство юмора – высокий уровень интеллекта – решительность и твердость характера – добродетельность и любовь к 	<ul style="list-style-type: none"> – материальные – нематериальные 	<ul style="list-style-type: none"> – ни одного ребенка – один ребенок – двое детей – трое детей – четверо детей – пятеро детей и более 	<ul style="list-style-type: none"> – потребность в безопасности (личная безопасность, здоровье, стабильность) – потребность в принадлежности и (любовь, дружба, общение) – потребность в признании (потребность в уважении окружающих, самооценка) – потребность в самовыражении и (потребность личного совершенствования)

детям – целомудренность и смирение – тип фигуры – длина и цвет волос женщины – рост женщины			ания, персональное развитие)
---	--	--	---------------------------------

Таблица 2 – Факторная операционализация:

Идеал женщины в представлении жителей г. Благовещенска			
Объективные		Субъективные	
Общие	Специфические	Социально-демографические	Социально-психологические
– уровень дохода населения – уровень качества жизни – обеспеченность жильем – резкое социальное расслоение – общие ценностные ориентации	– роль женщины в семье – стереотипы – внешний вид – манеры поведения – отношение к женщине со стороны окружающих – кругозор и умственные способности	– возраст – пол – уровень образования – сфера деятельности – материальное положение – религиозная принадлежность – социальный статус	– толерантность – социальная мобильность – эмоциональная стабильность – конфликтность – экстравертированность и интровертированность

Принципиальный (стратегический) план исследования – описательный: описание качественно-количественных свойств социального явления.

Обоснование метода сбора информации.

В данном исследовании будет использоваться онлайн анкетирование
 Тип выборки: квотная. Данный тип выборки избран исходя из того, что имеются статистические данные о структуре генеральной совокупности (половозрастной состав населения г. Благовещенска).

Обоснование выборки.

Тип выборки: первая ступень стихийная выборка, вторая ступень квотная. Ссылка на онлайн анкетирование <https://forms.gle/GEgY94Dhet27wRddA>.

Генеральная совокупность представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Структура генеральной совокупности представлена в таблице:

	Мужчины	Женщины
16 – 30	25511	29020
31 – 49	33020	36631
50 – 65	16274	23327
Всего:	74805	88978

N=163783

Выборочная совокупность представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Структура выборочной совокупности представлена в таблице:

	Мужчины	Женщины
16 – 30	15	18
31 – 49	20	22
50 – 65	10	15
Всего	45	55

n=100

Объем выборки избран, исходя из трех принципов:

1. Принцип экономности (получение достоверных результатов при минимальных затратах).
2. Опыт социологических служб.
3. Принцип представительности (необходимо представить информацию о мнениях в целом по населению города).

Ошибка аналогичной случайной выборки при доверительном интервале 95 % рассчитывается по формуле и равна:

$$\Delta = \pm t \sqrt{\frac{pq}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$$

$$\Delta = 0,05 \text{ или } 5 \%$$

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Анкета

Уважаемый респондент! Просим Вас принять участие в социологическом опросе, посвященном изучению идеала женщины в представлениях жителей г. Благовещенска. Опрос проводится Центром социологических исследований АмГУ. Ваши ответы чрезвычайно важны. Все ответы будут использованы в обобщенном виде исключительно в научных целях и анонимно. Конфиденциальность гарантируется. Огромная просьба ответить на все вопросы откровенно и объективно. Код (цифру) подходящего варианта ответа обведите в кружок. Заранее благодарим Вас за участие в исследовании!

1. Укажите ваш возраст?

- 1) 16 – 30
- 2) 31 – 49
- 3) 50 – 65

2. Ваш пол?

- 1) мужской
- 2) женский

3. Укажите уровень Вашего образования?

- 1) начальное образование (закончил (а) не менее 4 классов средней школы)
- 2) основное общее образование (закончил (а) не менее 9 классов средней школы)
- 3) среднее (полное) общее образование (закончил (а) среднюю школу – 10/11 классов)
- 4) среднее специальное образование (закончил (а) училище/ техникум/ колледж)

5) неполное высшее образование (закончил (а) не менее 3-х курсов вуза)

6) высшее образование (специалист, бакалавр, магистр, несколько высших)

4. Ваше семейное положение?

1) не замужем/ не женат

2) замужем/ женат/ живу в гражданском браке

3) разведен (а)/ живем порознь, хотя официально не разведены

4) вдовец/ вдова

5. Работаете ли вы в настоящее время?

1) Работаю полный день

2) Работаю неполный рабочий день/ по совместительству

3) Не работаю

6. Какого роста должна быть, по-Вашему мнению, идеальная женщина?

1) низкий (150 – 160 см)

2) средний (160 – 170 см)

3) высокий (170 – 180 см)

4) не имеет значения

7. Какой тип фигуры, на Ваш взгляд, должен быть у идеальной женщины?

1) стройная

2) спортивная (присутствие мышц)

3) с небольшим излишним весом

4) плотное телосложение

5) другое _____

8. Как Вы считаете, какой длины должны быть волосы у идеальной женщины?

1) длинные

2) средней длины

- 3) короткие
- 4) не имеет значения

9. Какой цвет волос, на Ваш взгляд, должен быть у идеальной женщины?

- 1) блондинка
- 2) брюнетка
- 3) рыжая
- 4) русая
- 5) шатенка
- 6) яркие цвета (розовый, фиолетовый и т. д.)
- 7) не имеет значения

10. В чем заключается идеал женщины, с Вашей точки зрения?

- 1) во внешности
- 2) совокупность внешних и личных качеств
- 3) в наборе личных качеств
- 4) другое _____

11. Существует ли, на Ваш взгляд, идеальная женщина?

- 1) идеальных женщин нет
- 2) идеальные женщины это те, кого можно увидеть на обложках

журналов, экранах телевизоров и пр.

- 3) да, идеальной женщиной вполне может быть обычная женщина

12. Выберите три качества, которые присущи идеальной женщине?

- 1) внешняя привлекательность
- 2) способность сексуально удовлетворить партнера
- 3) внимательность и чуткость
- 4) хозяйственность в доме
- 5) умение много зарабатывать
- 6) чувство юмора
- 7) высокий уровень интеллекта

- 8) решительность и твердость характера
- 9) добродетельность и любовь к детям
- 10) целомудренность и смирение

13. Бытует мнение, что «женский интеллект и женская красота – явления несовместимые». Вы согласны?

- 1) абсолютно согласен(а)
- 2) скорее да, чем нет
- 3) скорее нет, чем да
- 4) категорически не согласен(а)

14. На Ваш взгляд, идеальная женщина ставит приоритетными?

- 1) материальные ценности (дом, машина, деньги и т. п.)
- 2) нематериальные ценности (доброта, совесть, искренность и т.п.)

15. Как Вы считаете, сколько детей должна иметь идеальная женщина?

- 1) ни одного
- 2) один ребенок
- 3) двое детей
- 4) трое детей
- 5) четверо детей
- 6) пятеро детей и более
- 7) другое _____

16. Какие, по Вашему мнению, основные причины влияют на количество детей, которое должна иметь идеальная женщина? (выберите не более трех вариантов ответа)

- 1) уровень образования
- 2) движение модального возраста (возраста наибольшей интенсивности деторождения) из возрастной категории от 20 до 24 лет в возрастную категорию от 25 до 29 лет.
- 3) занятость на рынке труда (занятые, безработные, неактивные)
- 4) религиозность

5) брачно-партнерский статус (нет партнера, партнер отдельно, в зарегистрированном браке)

6) уровень материального благополучия

17. С какой целью идеальная женщина заводит детей? (выберите один вариант ответа)

1) дети укрепляют брак

2) дети – это смысл жизни, они дают возможность любить и заботиться о ком-то

3) улучшение демографической ситуации в стране

4) надежда на поддержку и заботу в старости

18. Чем, на Ваш взгляд, должна заниматься идеальная женщина?

1) растить детей и следить за хозяйством

2) быть эмансипированной женщиной и строить свою карьеру

3) быть опорой для мужа и беспрекословно слушать его

4) успешно совмещать карьеру и семью

19. С Вашей точки зрения, укажите сферу деятельности идеальной женщины? (выберите один вариант ответа)

1) политическая

2) бизнес

3) воспитательская и преподавательская деятельность

4) искусство и творчество

5) медицина

6) другое _____

20. Сфера деятельности современной идеальной женщины в первую очередь удовлетворяет? (выберите один вариант ответа)

1) потребность в безопасности (личная безопасность, здоровье, стабильность)

2) потребность в принадлежности (любовь, дружба, общение)

3) потребность в признании (потребность в уважении окружающих, самооценка)

4) потребность в самовыражении (потребность личного совершенствования, персональное развитие)

21. Что Вас отталкивает в современных девушках? (выберите несколько вариантов ответа)

- 1) вульгарность
- 2) курение
- 3) нецензурная брань
- 4) алчность
- 5) невоспитанность
- 6) наличие пирсинга на лице
- 7) неухоженность
- 8) неженственность в одежде
- 9) ничего не отталкивает
- 10) другое _____

22. Как Вы считаете, какой кругозор и умственные способности должны быть у идеальной женщины?

- 1) высокие умственные способности, широкий кругозор и умение поддержать беседу
- 2) женщине не обязательно быть особо умной и обладать широким кругозором
- 3) это не важно
- 4) другое _____

23. Должна ли, на Ваш взгляд, идеальная женщина во всём слушаться мужчину?

- 1) да, во всём и всегда
- 2) может иметь своё мнение, но должна учитывать мнение мужчины
- 3) идеальная женщина может не соглашаться с мужчиной

24. Должна ли идеальная женщина уметь готовить?

- 1) да, обязательно
- 2) нет, не обязательно

25. Как, по Вашему мнению, идеальная женщина проводит свое свободное время? (выберите несколько вариантов ответа)

- 1) любит путешествовать
- 2) трудоголик
- 3) с семьей
- 4) за телевизором/компьютером
- 5) в компании друзей
- 6) читает книги
- 7) занимается спортом
- 8) другое _____

26. Что для Вас является самой привлекательной частью женского тела?

- 1) грудь
- 2) ягодицы
- 3) ноги

27. Как Вы считаете, стоит ли идеальной женщине делать пластические операции, такие как увеличение груди, губ, изменение формы носа?

- 1) да, стоит
- 2) нет, не стоит
- 3) затрудняюсь ответить

28. Назовите известную женщину (актрису, певицу, спортсменку, политика, бизнес-леди и пр.), которая, на Ваш взгляд, является _____ идеальной _____ женщиной

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Программа социологического исследования

Тема: Идеал женщины в представлениях молодежи г. Благовещенска.

Актуальность социологического исследования идеала женщины связана с социальными трансформациями в современном обществе: генезис (изменение семьи), перераспределение ролевых отношений, феномен гендерного лидерства и т.д.

Также известно, что средства массовой информации оказывают большое влияние на человека. Любая информация, идущая через СМИ, мгновенно проникает в сознание людей и формирует в нем различные мнения, установки, стереотипы, с помощью которых каждый человек строит свое отношение к воспринятой информации. Но зачастую при передаче информации вместе с ней передается и то мнение, которое хотят сформировать одни люди у других. Так или иначе, в нашей жизни всегда присутствуют гендерные стереотипы, они постоянно формируют образы мужчины и женщины у большинства из нас. И от данных образов и стереотипов зависят и наша самооценка, и восприятие окружающих, и выбор профессии, а, в конечном счете, и все наше поведение. Поэтому в настоящее время актуально изучать проблемы современного социального отношения в обществе.

Данный вопрос становится более актуальным, если рассматривать эту проблему с точки зрения молодежи. Будучи активной частью общества, молодые люди воспринимают ценности в соответствии с принятыми в обществе установками, стереотипами, инновационными изменениями.

Обоснование проблемной ситуации. Определение объекта и предмета исследования.

Проблема исследования:

– гносеологическая сторона – отсутствие актуальных социологических данных по данной теме;

– предметная сторона – представление об особенностях мужчин и женщин непостоянны, так как исторически и культурно изменяются. Смысл, вкладываемый в выражение «идеальный мужчина» и «идеальная женщина» меняется от поколения к поколению различно для всех социальных слоев. Современные юноши и девушки могут продемонстрировать, насколько изменилась система представлений о мужественности-женственности в период выравнивания прав и возможностей мужчины и женщины в публичной и приватной сферах.

Объект: жители города Благовещенска от 16 до 30 лет.

Предмет: представление жителей города Благовещенска от 16 до 30 лет об идеальной женщине.

Цель исследования: выявить идеал женщины в представлениях жителей города Благовещенска от 16 до 30 лет.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие **задачи:**

1. Выявить внешние и внутренние качества идеальной женщины в представлениях молодежи г. Благовещенска.

2. Выявить в представлениях молодежи г. Благовещенска, на какие ценности, материальные или нематериальные, должна ориентироваться идеальная женщина.

3. Выявить в представлениях молодежи г. Благовещенска, сколько детей хочет иметь идеальная женщина.

4. Выявить в представлениях молодежи г. Благовещенска сферу деятельности идеальной женщины.

5. Выявить факторы, влияющие на представление идеала женщины у молодежи г. Благовещенска.

Гипотезы:

Гипотеза-основание: большинство молодежи г. Благовещенска имеют представление об идеальной женщине.

Гипотезы-следствия:

1. Приоритетными качествами идеальной женщины является ее воспитанность, доброта и ум.
2. Идеальная женщина, по мнению молодежи, в современном мире больше ориентируется на нематериальные ценности.
3. Идеальная женщина хочет иметь одного или двоих детей.
4. Сферу деятельности для идеальной женщины можно считать ту, в которой присутствует высокий доход, но при которой остается время на личную жизнь, уход за собой, активное времяпровождение, заботу и поддержку близких людей.
5. На формирование современного образа идеальной женщины, по мнению молодежи, влияют такие факторы как образованность, ухоженность, красота, здоровый образ жизни, сдержанность в поведении и одежде, хозяйственность и любовь к детям.

Теоретическая интерпретация понятий.

Идеал – высшая ценность; наилучшее, завершенное состояние того или иного явления; образец личных качеств, способностей; высшая норма нравственной личности; высшая степень нравственного представления о благом и должном; совершенство в отношениях между людьми; наиболее совершенное устройство общества.

Представление – воспроизведение в сознании образа предметов и явлений без чувственного восприятия (на основе припоминания или воображения).

Гендер – существующее в социуме представление о мужчине и женщине, т. е. собственно представления мужчин и женщин о самих себе и противоположном поле.

Гендерные стереотипы – это стандартизированное представление о качествах и моделях поведения, соответствующих понятиям «мужское» и «женское».

Молодежь – это группа людей, для которой характерно

принадлежность к одной возрастной группе – от 16 до 30 лет.

Материальные ценности – ценности в вещественной форме, в виде имущества, товаров, предметов.

Нематериальные ценности имеют два ключевых типа:

1. Неявные нематериальные ценности. К ним относятся знания и отношения (между людьми и организациями) в исходной форме (в отсутствие отношения владения).

2. Явные нематериальные ценности (интеллектуальная собственность).

Сфера деятельности – это совокупность среды внешних и внутренних факторов, которая формируется вокруг труда отдельного человека или полноценной организации.

Мода - совокупность привычек, ценностей и вкусов, принятых в определённой среде в определённое время.

Аналитическая операционализация.

Таблица 1 – Структурная операционализация:

Идеал женщины в представлениях молодежи города Благовещенска.			
Внешние и внутренние качества идеальной женщины	Ценности, на которые ориентируется идеальная женщина	Количество детей у идеальной женщины	Сфера деятельности идеальной женщины
<ul style="list-style-type: none"> – Мудрость – красота – доброта – воспитанность – интеллигентность – ум – умение любить – верность – сексуальность – обаяние – чувство юмора – хозяйственность – умение прощать 	<ul style="list-style-type: none"> – материальные – нематериальные 	<ul style="list-style-type: none"> – один ребенок – двое детей – трое детей – четверо детей – пятеро детей и более 	<ul style="list-style-type: none"> – политическая – бизнес – воспитательская и преподавательская деятельность – искусство и творчество – медицина

Таблица 2 – Факторная операционализация:

Идеал женщины в представлениях молодежи города Благовещенска.			
Объективные		Субъективные	
Общие	Специфические	Социально-демографические	Социально-психологические
<ul style="list-style-type: none"> – уровень дохода населения – уровень качества жизни – обеспеченность жильем – резкое социальное расслоение – общие ценностные ориентации 	<ul style="list-style-type: none"> – роль женщины в семье – стереотипы – внешний вид – манеры поведения – отношение к женщине со стороны окружающих – кругозор и умственные способности 	<ul style="list-style-type: none"> – возраст – пол – уровень образования – сфера деятельности – материальное положение – религиозная принадлежность – социальный статус 	<ul style="list-style-type: none"> – толерантность – социальная мобильность – эмоциональная стабильность – конфликтность – экстравертированность и интровертированность

Принципиальный (стратегический) план исследования – описательный: описание качественно-количественных свойств социального явления.

Обоснование метода сбора информации.

В данном исследовании будет использоваться опрос в форме индивидуального анкетирования. Опрос имеет следующие достоинства: 1) охватывает большое количество объектов, которые описываются большим количеством показателей, 2) относительная дешевизна, если брать во внимание объем получаемой информации, 3) возможность проведение повторных сравнительных исследований и сравнения с вторичными данными. Выбор анкетирования продиктован простотой организации, отсутствием «эффекта интервьюера», отсутствием высоких требований к анкетерам, экономией времени. Выбор индивидуального анкетирования продиктован отсутствием естественных групп респондентов и снижением эффектов группового мышления.

Тип выборки: квотная. Данный тип выборки избран исходя из того, что имеются статистические данные о структуре генеральной совокупности (половозрастной состав населения г. Благовещенска).

Таблица 3 – Структура генеральной совокупности представлена в таблице:

	Мужчины	Женщины
16 – 20	6264	5228
21 – 25	8940	9278
26 – 30	10307	14514
Всего:	25511	29020

N = 54531 человек.

Таблица 4 – Структура выборочной совокупности представлена в таблице:

	Мужчины	Женщины
16 – 20	9	19
21 – 25	33	21
26 – 30	6	12
Всего	48	52

n = 100 респондентов.

Объем выборки избран, исходя из трех принципов:

1. Принцип экономности (получение достоверных результатов при минимальных затратах).
2. Опыт социологических служб.
3. Принцип представительности (необходимо представить информацию о мнениях в целом по населению города).

Ошибка аналогичной случайной выборки при доверительном интервале 95 % рассчитывается по формуле и равна:

$$\Delta = \pm t \sqrt{\frac{pq}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$$

$\Delta = 0,05$ или 5 %

Выборка будет реализована в несколько ступеней:

1. Отбор избирательных округов: отобраны все округа, на каждом округе опрашивается 3-4 респондента (100/30).
2. Отбор улиц в избирательном округе (маршрутная выборка):
 - улицы отбираются собственно-случайным отбором
3. Отбор респондентов осуществляется на улице, в соответствии с квотным заданием.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Анкета

Уважаемый респондент! Просим Вас принять участие в социологическом опросе, посвященном изучению идеала женщины в представлениях молодежи г. Благовещенска. Опрос проводится Центром социологических исследований АмГУ. Ваши ответы чрезвычайно важны. Все ответы будут использованы в обобщенном виде исключительно в научных целях и анонимно. Конфиденциальность гарантируется. Огромная просьба ответить на все вопросы откровенно и объективно. Код (цифру) подходящего варианта ответа обведите в кружок. Заранее благодарим Вас за участие в исследовании!

1. Укажите ваш возраст?

- 1) 16 – 20
- 2) 21 – 25
- 3) 26 – 30

2. Ваш пол?

- 1) мужской
- 2) женский

3. Укажите уровень Вашего образования?

- 1) начальное образование (закончил (а) не менее 4 классов средней школы)
- 2) основное общее образование (закончил (а) не менее 9 классов средней школы)
- 3) среднее (полное) общее образование (закончил (а) среднюю школу – 10/11 классов)
- 4) среднее специальное образование (закончил (а) училище/ техникум/ колледж)
- 5) неполное высшее образование (закончил (а) не менее 3-х курсов вуза)

6) высшее образование (специалист, бакалавр, магистр, несколько высших)

4. Ваше семейное положение?

- 1) не замужем/ не женат
- 2) замужем/ женат/ живу в гражданском браке
- 3) разведен (а)/ живем порознь, хотя официально не разведены
- 4) вдовец/ вдова

5. Работаете ли вы в настоящее время?

- 1) Работаю полный день
- 2) Работаю неполный рабочий день/ по совместительству
- 3) Не работаю

6. Какого роста должна быть, по-Вашему мнению, идеальная женщина?

- 1) низкий (150 – 160 см)
- 2) средний (160 – 170 см)
- 3) высокий (170 – 180 см)
- 4) не имеет значения

7. Как вы считаете, какой должна быть длина волос у идеальной женщины?

- 1) длинные
- 2) средней длины
- 3) короткие
- 4) не имеет значения

8. Какой цвет волос, на Ваш взгляд, должен быть у идеальной женщины?

- 1) блондинка
- 2) брюнетка
- 3) рыжая
- 4) русая
- 5) шатенка

6) яркие цвета (розовый, фиолетовый и т. д.)

7) не имеет значения

9. Сколько детей, на Ваш взгляд, должна иметь идеальная женщина?

1) один ребенок

2) двое детей

3) трое детей

4) четверо детей

5) пятеро детей и более

6) другое _____

10. Какой процент своего времени она должна посвятить детям?

1) 100%

2) 70%

3) 50%

4) 30%

5) другое _____

11. Чем, на Ваш взгляд, должна заниматься идеальная женщина?

1) работать и строить карьеру

2) работать, но без особых карьерных амбиций

3) должна быть домохозяйкой и воспитывать детей

4) другое _____

12. Сфера деятельности идеальной женщины: (выберите один вариант ответа)

1) политическая

2) бизнес

3) воспитательская и преподавательская деятельность

4) искусство и творчество

5) медицина

6) другое _____

13. На Ваш взгляд, идеальная женщина ориентируется на?

- 1) материальные ценности (дом, машина, деньги и т. п.)
- 2) нематериальные ценности (доброта, совесть, искренность и т.п.)

14. Расставьте качества, которые вы цените в женщине прежде всего (от самого значимого до наименее важного):

- 1) интеллект
- 2) воспитанность
- 3) доброта
- 4) умение прощать
- 5) интеллигентность
- 6) хозяйственность
- 7) умение любить
- 8) внешние данные
- 9) сексуальность
- 10) верность

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

15. Какой тип фигуры, на Ваш взгляд, должен быть у идеальной женщины?

- 1) стройная
- 2) спортивная (присутствие мышц)
- 3) с небольшим излишним весом
- 4) плотное телосложение
- 5) другое _____

16. Что Вас отталкивает в современных девушках? (выберите несколько вариантов ответа)

- 1) вульгарность
- 2) курение
- 3) нецензурная брань
- 4) алчность

- 5) невоспитанность
- 6) наличие пирсинга на лице
- 7) неухоженность
- 8) неженственность в одежде
- 9) ничего не отталкивает
- 10) другое _____

17. Существует ли, на Ваш взгляд, идеальная женщина?

- 1) идеальных женщин нет
- 2) идеальные женщины это те, кого можно увидеть на обложках журналов, экранах телевизоров и пр.
- 3) да, идеальной женщиной вполне может быть обычная женщина

18. Как Вы считаете, какой кругозор и умственные способности должны быть у идеальной женщины?

- 1) высокие умственные способности, широкий кругозор и умение поддержать беседу
- 2) женщине не обязательно быть особо умной и обладать широким кругозором
- 3) это не важно
- 4) другое _____

19. Должна ли идеальная женщина во всём слушаться мужчину?

- 1) да, во всём и всегда
- 2) может иметь своё мнение, но должна учитывать мнение мужчины
- 3) идеальная женщина может не соглашаться с мужчиной

20. Должна ли идеальная женщина уметь готовить?

- 1) да, обязательно
- 2) нет, не обязательно

21. Как, по-Вашему мнению, идеальная женщина проводит свое свободное время? (выберите несколько вариантов ответа)

- 1) любит путешествовать
- 2) трудоголик

- 3) с семьей
- 4) за телевизором/компьютером
- 5) в компании друзей
- 6) читает книги
- 7) занимается спортом
- 8) другое _____

22. Что для Вас является самой привлекательной частью женского тела?

- 1) грудь
- 2) ягодицы
- 3) ноги

23. Как Вы считаете, стоит ли идеальной женщине делать пластические операции, такие как увеличение груди, губ, изменение формы носа?

- 1) да, стоит
- 2) нет, не стоит
- 3) затрудняюсь ответить

24. Назовите известную женщину (актрису, певицу, спортсменку, политика, бизнес-леди и пр.), которая, на Ваш взгляд, является _____ идеальной _____ женщиной
