

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Социология»

(наименование)

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки, специальности)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему: «Трансформации образа человеческого тела в современном
постиндустриальном обществе»

Студент

Д.П. Кафырина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. социол. наук, доцент Н. В. Любавина

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2021

Аннотация

Название представленной выпускной квалификационной работы: «Трансформации образа человеческого тела в современном постиндустриальном обществе». Целью бакалаврской работы состоит в анализе образов человеческого тела в постиндустриальном обществе. Объектом настоящего исследования является человеческое тело в постиндустриальном обществе. Предмет исследования – трансформация образа человеческого тела в постиндустриальном обществе. Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, четырех параграфов, заключения, списка используемой литературы и источников и приложения.

Во введении определены основные характеристики исследования: актуальность исследуемой проблемы, цель, задачи, объект, предмет, гипотеза исследования, степень разработанности проблемы и теоретико-методологическая база исследования.

Глава I посвящена теоретико-методологической базе изучения проблемы телесности. В первом параграфе первой главы рассмотрены понятие телесность в философских и социологических теориях. Во втором параграфе первой главы рассмотрено социальное конструирование стереотипов человеческого тела в постиндустриальном обществе.

Глава II содержит практическую часть выпускной квалификационной работы. В первом параграфе второй главы представлен сравнительный анализ стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах при помощи количественного метода опроса – анкетирования. Во втором параграфе второй главы представлен анализ интервью об отношении юношей и девушек к образам человеческого тела в сетевых сообществах.

В заключении приведены основные выводы и результаты проведенного исследования.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретико-методологические основы изучения телесности	9
1.1 Человеческое тело в философских и социологических теориях.....	9
1.2 Социальное конструирование стереотипов человеческого тела в постиндустриальном обществе.....	17
Глава 2 Качественные и количественные показатели изучения образов человеческого тела в постиндустриальном обществе.....	27
2.1 Сравнительный анализ стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах	27
2.2 Анализ интервью об отношении юношей и девушек к образам человеческого тела в сетевых сообществах	37
Заключение.....	45
Список используемой литературы и используемых источников.....	47
Приложение А Программа эмпирического исследования на тему: «Стереотипы человеческого тела в сетевых сообществах».....	52
Приложение Б Анкета.....	65
Приложение В Таблицы прямых распределений.....	72
Приложение Г Вопросы к интервью	78
Приложение Д Стенограмма интервью	79

Введение

Актуальность темы исследования. В последние годы человеческое тело стало «горячей» темой в социологии, причем не только в эмпирических исследованиях, но и в социологическом теоретизировании. Социология телесности – новая отрасль социологической науки, главным аспектом изучения которой является тело человека в процессе социального и культурного взаимодействия. Познание тела человека в современности возрастает и выходит на новые грани, постепенно включая в себя анализ смысла, значения и ценностного содержания.

Феномен телесности в современном обществе приобрел статус популярности. В современном изучении социологии изучение телесности приобретает значимый характер, все больше людей заинтересованы изучением своего тела: меняется восприятие человеком особенностей его строения, «наличного» и будущего состояния и возможностей телесных самопрезентаций в реальной и виртуальной средах. Человек начинает по-новому воспринимать свое тело, у него меняется мышление, которое становится ориентированным на возрастание ценности индивидуальности, а тело становится главным инструментом в достижении поставленной цели. Личность индивида отходит на второй план в его сознании и деятельности, уступая новой категории – телу. Во многом процесс популяризации феномена связан и с «идеалами» общества потребления, одним из главных принципов которого является стремление к удовольствию, продиктованному физиологическими потребностями, в противовес духовным. Тело становится носителем символической ценности, приобретая проблемы, связанные с эстетической красотой, спортивной занятостью, питанием и излишним весом. Данные проблемы распространяются и прогрессируют при помощи средств массовой информации.

Медиапространство сегодня регулирует почти все стороны общественной жизни, пронизывая и оказывая влияние на каждого индивида. СМИ – это средство для формирования мировоззрения, ценностей, ориентаций, духовных потребностей людей. Посредством масс-медиа происходит навязывание тех или иных идеалов, в особенности представлений о телесности. Сетевые сообщества в современности постепенно приобретают статус определяющей в информационной индустрии. Данный факт подтверждает статистика: «Российская аудитория социальных сетей составляет 49% от общей численности населения – всего активных пользователей социальных медиа у нас 70 миллионов человек» [45].

Средства массовой коммуникации, в особенности интернет, являются важным инструментом в создании идеала-симулякра образа телесности. Тело в современном масс-медийном пространстве представляет собой конструкт, характеризующийся устойчивостью, универсальностью и шаблонностью. Появляется все больше стереотипов об идеалах человеческой телесности, распространяющиеся повсеместно. Однако, масс-медиа, которые в современности больше представлены сетевыми сообществами, способны к фальсификации ценностей людей в отношении к телесности.

Степень научной разработанности проблемы. Проблема телесности стала актуальна в двадцатом веке и не теряет ее по настоящее время. Данная проблема сопряжена одновременно с несколькими исследовательскими направлениями: проблематизация телесности, человеческая привлекательность, ценностные аспекты теловосприятия. Существует большое количество работ, посвященных данным темам. Особое значение имеют исследования, затрагивающие вопросы телесности. Классическими в этой области являются труды М. Мерло-Понти, М. Фуко, Ф. Ницше, Ж.П. Сартра, Ю. Кристевой, М. Мосса, Ж. Делёза, И. Кона, Ж. Батая, А. Корбена и Ж.-Ж. Куртина. Они касаются, прежде всего, фундаментальных

теоретических основ: разработки понятий, телесной семантики, осмысления телесности в философском, социологическом и психологическом ключе. Особую значимость сегодня приобретают работы А. Франка, Б. Тернера, М. Фитерстоуна, заложившие основу построения социологической теории тела и развития такой отраслевой дисциплины как «социология телесности» [44].

Безусловную значимость имеют работы отечественных исследователей. М. Бахтин, Д. Михель, А. Лосев, С. Ильиных, В. Подорога, И. Быховская, Н. Пушкарёва, В. Круткин, О. Суворова формируют идеи о телесности, телесных практиках, социальных идеалах телесности, рассматривают телесность через призму гендерного дискурса, анализируют проблему конструирования телесности.

Цель бакалаврской работы состоит в анализе образов человеческого тела в постиндустриальном обществе.

Объект исследования – человеческое тело в постиндустриальном обществе.

Предметом исследования является – трансформация образа человеческого тела в постиндустриальном обществе.

Задачи исследования:

– Рассмотреть феномен человеческой телесности в трудах философов и социологов;

– Изучить особенности распространения значения телесности в постиндустриальном обществе;

– Сравнить стереотипы о человеческом теле мужчин и женщин в сетевых сообществах;

– Проанализировать отношение к собственному телу мужчин и женщин при помощи интервью.

Теоретико-методологическая база исследования представлена следующими подходами:

– Феноменологический подход в анализе телесности представлен в работах М. Мерло-Понти. Данный подход позволяет изучить восприятие собственного тела в современности.

– Визуальный подход (И. Гоффман) позволяет выявить субъективные и объективные оценки представления собственного тела.

– Постиндустриальный подход (Ж. Бодриар, М. Фиторстоун, Д. В. Михель) позволяет нам рассмотреть тело как часть общества потребления.

– Сетевой подход (М. Кастельс, Я. Л. Морено, Г. Зиммель) позволит рассмотреть сетевые сообщества в рамках постиндустриального общества.

Гипотеза исследования: Современные СМК призваны создавать социальные конструкты в виде смыслов и образов, репрезентирующих их как идеал женской телесности. Женская телесность в современном интернет-пространстве представляет собой конструкт, характеризующийся устойчивостью, универсальностью и шаблонностью.

Методы исследования: анкетный опрос (N=200 респондентов), глубинное интервью (N=8 респондентов).

Эмпирическая база исследования:

Анкетный опрос: N=200 респондентов (100 респондентов юношей, 100 респондентов девушек).

Глубинное интервью: N=8 респондентов (4 респондента юноши, 4 респондента девушки).

Апробация работы: Кафырина Д. П. Сравнительный анализ стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах // «Студенческие Дни науки в ТГУ»: научно-практическая конференция (Тольятти, 2021 год). Тольятти: Изд-во ТГУ, 2021 (в печати)

Структура бакалаврской работы. Работа состоит из введения, двух глав (четырёх параграфов), заключения, списка используемой литературы и источников.

Глава 1 Теоретико-методологические основы изучения телесности

1.1 Человеческое тело в философских и социологических теориях

Социология наука изучающая общество и его быстроменяющиеся тенденции развития. Новая ветвь социологии – социология телесности, которая в современном обществе становится наиболее актуальной и распространенной. Проблема телесности рассматривается значимым количеством ученых, что может подтвердить большой исследовательский интерес к данной проблеме. Тело организма в данной связи выступает как социокультурный феномен со своими особенностями и признаками.

В современном социологическом теоретизировании наблюдается объективный рост исследовательского интереса к проблематике телесности, свидетельством чего становится появление большого количества научных работ, посвященных различным аспектам функционирования человеческого тела как специфического социокультурного феномена [4]. Так, на сегодняшний день, дискурс тела, телесности и телесных практик в качестве речи о человеке воспринимается уже как очевидная научная позиция. Современные исследователи телесности отмечают расширившееся и многомерное семантическое поле, с множеством различных значений центрального концепта – телесность.

В большей степени указанная проблема актуализирована и представлена в работах современных западных социологов и социальных философов, в частности в работах М.Мерло – Понти (феноменология тела), И.Гофмана (тело в повседневной жизни), М.Фуко (дисциплинированные тела), Ж.Бодрийяра (тело и потребительские практики), М.Мосса (техники тела). Особую значимость сегодня приобретают работы А.Франка, Б.Гернера, М.Фитерстоуна, заложившие основу построения социологической теории тела и развития такой отраслевой дисциплины как «социология телесности».

В связи с этим важно зафиксировать, что проблематизация телесности на уровне социологической рефлексии в западной науке не является традиционной практикой, основа которой была бы заложена еще классиками социологии. Социологическое теоретизирование феномена «телесность» начинается лишь с середины XX в., тогда как до этого «телесность» не была отнесена к разработанным областям научного знания, о чем свидетельствует отсутствие собственно социологической теории тела на протяжении длительного периода времени [9].

Обратимся к анализу методологических источников – трудов ученых основоположников представлений о телесности. Концепт телесности в западной науке начинает формироваться в философских работах Мориса Мерло-Понти. Центральной проблемой философии М. Мерло-Понти является взаимоотношения сознания и мира. М. Мерло-Понти впервые представляет собственную феноменологическую концепцию в докторской диссертации «Феноменология восприятия» [3], где главная идея заключалась в том, что новая феноменология способна исправить прежние ошибки рефлексивной философии в отношении тела и души [24].

«Следуя этой мысли, французский философ различает активную и действующую интенциональность, последняя из которых относится к телу. Таким образом, Морис Мерло-Понти расширил предметное поле феноменологии. Не сознание, а живое собственное тело определяет способ бытия в мире бытия, который есть конкретное телесное существо, или «воплощенное сознание». Он разъясняет феноменологическое обращение «назад к вещам самим по себе» как обращение к реальности, которая дана сознанию в опыте, предоставленном нам нашим собственным телом. Отсюда вытекает то огромное значение, которое Мерло-Понти придает не чисто интеллектуальному познанию мира, а опыту восприятия, агентом которого является тело. Работа сознания предстает как нечто вторичное, как эпифеномен, сопровождающий телесными процессами» [46].

Следующим значимым ученым, который является одним из основателей социологии телесности является Ирвинг Гоффман. В своей работе «Представление себя другим в социальной жизни» он рассматривается тело как объект актера на сцене. «Вся жизнь театр, а люди в ней актеры» данная фраза У. Шекспира очень подходит к учению американского ученого. Именно по средствам представления индивида, его роли и презентации, осуществляются различные функции и цели человека. В данном случае, человек может манипулировать эмоциями людей, на которых он производит впечатление. Ученый говорит, что благодаря телу, его движениям и действиям, человек показывает, что он относится к тому или иному социальному классу. В драматической модели современного общества главной целью актера является создание и сохранение желаемого образа любой ценой, и в этом смысле тело (особенно его внешний вид и движения) может стать не менее значимой помощью и помехой для цели. Участвуя в социальных играх, человек всегда рискует попасть в смущение и стигму. Оказавшись в смущении, он может попытаться «спасти лицо», но в случае стигматизации, это практически невозможно достичь. Опасаясь страха стигмы, человек может выполнять довольно опасные манипуляции со своим телом, например, делать пластические операции, придерживаться строгой диеты и даже вести себя рискованно, если этого требуют групповые стандарты. Важным аспектом концепции И. Гоффмана является утверждение о ключевой важности самопрезентации в политической и повседневной жизни. Организм выступает как свидетельство не только личных достижений, но и достижений партии, корпорации, семьи. Образ успешного человека обязательно включает телесный «успешный» (то есть соответствующий определенным социальным канонам), потому что человек всегда представляет себя в телесных действиях и внешности. И. Гоффман обращает внимание на создание множества социальных институтов, новых профессий и областей экономики, которые служат интересам «театрального» общества:

косметологов, диетологов, визажистов, пластических хирургов, имиджмейкеров [29]. Можно сказать, что данный подход, драматическая модель, представленная Ирвингом Гоффманом, рассматривает социальную обусловленность организма больше, как негативный, чем положительный фактор.

«Марсель Мосс подчеркивает трансформационно-манипулятивное функционирование организма, направленное на овладение его движениями, физиологическими функциями и окружающим миром. О вводе понятий телесных техник, которые являются традиционными высокоэффективными способами, осуществляются телесные деяния, конструируются социальным авторитетным и передаются демонстрационные пособия. Концепция М. Мосса основана на представлениях о социальном детерминированном формировании человеческого организма (который в момент рождения является исключительно человеческим). Ученый считает, что телесные техники различаются не только у представителей разных культур, но и у представителей разных времен, культур и возрастов» [38].

В соответствии с взглядами М. Мосса некоторые ученые высказывают свою точку зрения, предлагая рассмотреть развитие физики человека по аналогии с развитием высших психических функций. Такое описано в теории культурно-исторического развития Л. С. Выготского [23]. В рамках этой концепции большинство физиологических функций (форм физической активности) социально детерминированы, и индивидуальные психологические (связанные с семейным общением) и социальные значения заложены в теле.

«Важным условием для понимания роли тела в истории и культуре является рассмотрение телесных практик и отношения к телу в религии. Несмотря на то, что большинство авторов сегодня считают современное западное общество светским, есть некоторые основания полагать, что многие религиозные ценности и постулаты были получены от него «по наследству»

и теперь появляются в моральных и политических законах, а также в медицинских требованиях» [50]. Например, современный «биопсихосоциальный» намек в медицине можно рассматривать как сочетание моральной модели здоровья (взятой из христианской этики) с постулатами естественной медицины.

Российский исследователь А. А. Горяинов определил телесную культуру как сферу «гармонизации природно-естественного и социального преобразования в человеке, как поле ценностно-ориентированного разрешения постоянных противоречий между ними» [39], что также нашло отражение в исторических детерминациях телесности.

По мнению саратовского исследователя Д. В. Михеля – это своего рода поиск многих поколений интеллектуалов «в человеческом теле опоры для конструирования своих объектов, какими бы они ни были по своему масштабу и форме» [37]. Ученый отмечает, что до установления политической и культурной гегемонии буржуазии в западном мире, «тело оставалось ... интуицией вплоть до начала современной эпохи...» [36]. С началом капитализма изменяется статус тела, оно превращается в «неизвестный предмет» и требует новых форм толкования. Появляются новые средства связи, и жизнь людей выводится «за пределы досягаемости руки, глаза и уха» [51].

Известный французский социолог и философ Ж. Бодрийяр в своей монографии пишет о теле как о самом «прекрасном объекте потребления» [14]: «...современные структуры производства и потребления порождают у субъекта двойственную практику, связанную с разными (но глубоко взаимосвязанными) представлениями о своем собственном теле: представления о нем как капитале и как фетише (или объекте потребления). В обоих случаях важно, что тело далеко не отринутое и не упущенное, обдуманно вложено (в двух смыслах этого слова – в экономическом и психическом» [19]. Образ идеального тела является симулякром в

современном обществе. С помощью массовых коммуникаций распространяются копии несуществующего идеала. Постепенно у масс снижаются ценности личностной оригинальности (неповторимости) телесного облика и внутренней духовности.

Российский ученый Д.В. Михель проводил анализ телесности в западной культуре. Он начал рассматривать рассматривает новые миры телесности, возникшие в процессе реорганизации общего пространства западной культуры на новых исторических горизонтах [35]. «Первый мир – это мир производства, который основан на принципе продуктивности. В этом мире создается «производительное тело», а «непроизводительные тела» отбрасываются. Телесность здесь весьма продуктивна, «естественное тело» рассматривается как некий остаток. Потребность в производительном теле здесь со временем отпадает, и его заменяют роботизированные машины. Второй мир – это мир размножения, в котором основной упор делается на женское материнское тело. Мир производства вносит в него свои коррективы: он не отрицает ему естественности, но заставляет его быть прозрачным, используя технические достижения века – рационализации (технологии передачи репродуктивного тела). Третий мир, в котором правит двойной закон: потребляй и будь потреблен, – это мир потребления. Тело в нем является субъектом потребления продуктов питания, товаров и знаков, а также объектом потребительского спроса, обмениваемого «на все остальное»: рекламу товаров, услуг, круизы. Таким образом, в каждом из трех миров современной западной культуры тело создавалось как артефакт, как культурный, научно-технический и политический продукт, как совокупный эффект капиталистических стратегий. Будучи особой средой для конструирования тела с помощью различных инструментов знания, технологии и силы, культура современной эпохи ввела новые стандарты телесности. Конsumerистское тело, по мнению Д. В. Михеля, «является как раз тем звеном, которое позволяет нам более панорамно рассмотреть суть

происходящих в культуре изменений. Через анализ конsumerистских политик тела мы достигаем возможности дать взвешенную критику тех процессов, что превращают современного индивида из обычного потребителя в потребителя знаков, оказывающегося в то же время таким же воплощенным знаком, что потребляют другие» [40].

Базис социологического изучения тела человека впервые был сформулирован Тёрнером в 1984 году в его монографии «Body and Society: Explorations in Social Theory» [5]. В основу социологии тела исследователь выдвинул следующие постулаты:

– Тело одновременно является и частью внешней, природной среды, и частью культуры, представляя собой проводник самости во внешний мир. В связи с этим, тело – первичный объект, преобразуемый человеком с помощью письма, языка, религии, различных культурных артефактов. Таким образом, тело одновременно предстает поверхностью для интерпретаций и средой воплощения социальных норм и регуляции;

– Необходимо различать индивидуальное тело и «тело популяции». Тело индивида подвергается социальной регуляции в интересах целой популяции. Регуляция «тела популяции» осуществляется в двух плоскостях: воспроизводство поколений (контроль над сексуальностью) и распределение в пространстве. Этот постулат, по мнению Тёрнера, тесно связывает социологию тела с политической социологией;

– Тело занимает центральное положение в политической борьбе. Представления о телесной норме, юности и старении, гендерных различиях, вписанных в тела, являются социальными конструктами, варьирующимися на протяжении истории и от общества к обществу, и являются результатами определенной «политики тела» («body politics»);

– Представление себя в повседневной жизни тесно связано с телесностью и телесным перформансом. Управление телом является ключевым фактором в формировании впечатления в коммуникации лицом-к-

лицу. Таким образом, тело индивида играет важную роль как в макро-, так и в микро-порядке общества. Данное положение тесно связано с наследием социального интеракционизма, в частности, работами Ирвинга Гофмана.

Формулируя данные принципы социологии тела, Тёрнер отмечает, что в большинстве ранних социальных теорий тело индивида не выступало в качестве непосредственного объекта исследования. По мнению Шиллинга, в классических социологических теориях тело все-таки не отсутствовало вовсе, а характеризовалось «рассеянным присутствием» («absent presence»). Современные социологи и феминистские исследователи обращаются к классике с целью её реинтерпретации и прочтения в «в категориях телесного». Как отмечает Шиллинг, в работах таких классиков, как Карл Маркс, Эмиль Дюркгейм и Георг Зиммель, тело, не являясь главным предметом интереса, выступало многомерным посредником устройства общества, являясь одновременно его источником (креативное включение в социальную жизнь), местоположением (сосредоточение социальных норм и структур) и средством (двухсторонняя связь индивидуального и коллективного) [1]. При этом, пытаясь переосмыслить место тела в работах «отцов-основателей» социологии, современные исследователи не забывают обращаться к отдельным работам, являющимся скорее исключением для своего времени. Например, к эссе Марселя Мосса о техниках тела, опубликованном в 1936 году на стыке социологии и социальной антропологии [10]. К данной теории нередко обращаются при анализе дисциплинарного и технологического аспектов освоения тела. Как видно из постулатов Тёрнера, социология тела стремится обосновать право на изучение телесности как социального, а не сугубо биологического феномена. Социальные нормы оказываются инкорпорированными в тела, социальные действия совершают телесно воплощенные индивиды; так и или иначе, тело является объектом социальной регуляции и в то же время проводником

социальных инноваций посредством включения индивидов в социальную жизнь [49].

Изучение человеческой телесности можно сказать началось с французского философа Мориса Мерло-Понти, который рассматривает его не как объективную вещь, не как внешнюю реальность, а как особый чувственно-смысловой феномен, который в христианстве именовали плотью. Впоследствии Ирвиг Гоффман стал рассматривать тело как самопрезентацию индивида, как актера на социальной сцене. В его учении тело – это внешний облик, обличье индивида. Немаловажное значение внесли ученые, которые рассматривали тело в контексте общества потребления, как Жан Бодриар и Дмитрий Михель.

1.2 Социальное конструирование стереотипов человеческого тела в постиндустриальном обществе

Настоящее время принято называть информационной эпохой, ведь на сегодняшний день информация – одна из самых главных ценностей человечества. Ее создание и распространение зависят от средств массовой информации. Средства массовой информации в свою очередь выполняют важные функции в современном обществе, начиная с информационной и рекреативной, до идеологической и управленческой. Последняя функция представляет интерес для исследования нашей темы. «В связи с возникновением и дальнейшим развитием интернета, который становится новым средством коммуникации, начали появляться разные мнения по поводу происхождения новых моделей социального взаимодействия людей в обществе. С одной стороны, формирование виртуальных сообществ, базирующихся, главным образом, на онлайн-овой

коммуникации, описывалось как кульминация исторического процесса разделения месторасположения и социальности. Новые, избирательные модели социальных отношений приходят на смену формам взаимодействия между людьми, основанными на территориальных связях. С другой стороны, выступления критиков Интернета и сообщения СМИ, порой основывающиеся на результатах исследований ученых, сводятся к тому, что распространение Интернета способствует социальной изоляции, разрыву общественных связей и разрушению семейной жизни» [41].

Постиндустриальное общество – общество нового типа, где преобладает индивидуализм и личностное совершенство во всех сферах деятельности [34]. Постиндустриальная цивилизация характеризуется рядом тенденций, каждая из которых влияет на телесность: новая форма разделения труда, развитие производительной силы духовного производства, появление и утверждение символического (культурного) капитала, прогресс досуговой экономики, интеграция ранее независимых видов деятельности и др.

«Теория «постиндустриального общества» – это социально-политическая концепция, объясняющая основные закономерности развития человеческого общества на основе анализа его технологического базиса и применяемой для обозначения высшей стадии эволюции современного западного общества. Благодаря теоретику из Англии А. Пенти, который занимался либеральным социализмом, понятие «постиндустриальное общество» впервые было упомянуто. Само понятие вышло в свет в статье американского социолога Д. Рисмена «Отдых и труд в постиндустриальном обществе» лишь в 1958 году. Основоположником теории постиндустриального общества принято считать американского социолога и публициста Д. Белла, который описал основные элементы этой теории в книгах «Грядущее постиндустриальное общество» и «Культурные противоречия капитализма». Термин и учение постиндустриального общества, которое было разработано на его основе, фактически с позиции

технологического детерминизма подходят к объяснению социокультурной реальности и пониманию общественно-исторического процесса, поскольку провозглашают уровень развития индустрии» [22].

В особенности важное место в изучении телесности в постиндустриальном обществе занимает медийное пространство. «Медийное пространство – понятие, отражающее, как медиаформы производят и одновременно сами производятся существующим социальным пространством. Также медиапространство можно выразить тем, что оно является связями между коммуникациями, которые создаются медиа между различными пространствами и временами. Медиапространство может поддаваться идеологическому контролю, но, как и любые сложные системы, оно также обладает свойствами «текучести», спонтанности и хаотичности – что ограничивает чьи-либо возможности управлять им. В особенности на первое место выходят сетевые сообщества» [27].

«Сегодня главной структурой, которая обеспечивает коммуникацию, является Интернет. Глобальная компьютерная сеть позволяет передавать любую информацию на любое расстояние с огромной скоростью и определяет форму и динамику современного общества. Хранение, передача, обработка информации происходят в компьютерных сетях, и сетевая структура общества становится главной для тех, кто включается в современное информационное поле. Сетевое общество представляет собой социальную структуру, которая характеризует, пусть и с большим разнообразием проявлений в зависимости от культурной и институциональной специфики, информационную эпоху развития общества. Данная модель представляет синтез эмпирических исследований и аналитической работы, проведенных Мануэлем Кастельсом» [42].

Концепция «сетевого общества» является одной из составляющих целостной теории информационного общества Мануэля Кастельса, охватывающей практически все области человеческой деятельности и

позволяющей оценить фундаментальные последствия революции в информационных технологиях [33].

Данная теория является разновидностью теории информационного общества, начавшей свое развитие со второй половины 60-х годов, как модификация концепции постиндустриального общества. Пик её популярности пришелся на начало 70-х годов, когда многие исследователи согласились с выводом, что в новых условиях «культура, психология, социальная жизнь и экономика формируются под воздействием техники и электроники, особенно компьютеров и коммуникаций. Производственный процесс более не является основным решающим фактором перемен, влияющим на нравы, социальный строй и ценности общества» [48].

Понятие информационного общества можно обозначить на основе работ американского исследователя Т. Стоуньера: «Информационное общество – это общество, основой развития которого становится не материальное производство, а производство знаний и информации на базе передовой информационной технологии, то есть информативность» [47].

«Одним из важнейших сигналов происходящих изменений в социуме является совершенно новый характер и никогда не существовавшие ранее формы коммуникации, возникшие в первом десятилетии XXI века. По наблюдениям Мануэля Кастельса, наибольшие трансформации с момента первой публикации книги коснулись именно коммуникаций [52]. В последние годы революционные сдвиги в области коммуникационных технологий происходят ускоренными темпами. Темп распространенности сети Интернет ускоряется с каждым годом: в 1995 г. число пользователей Сети в мире составляло 40 млн. человек, в 2009 г. – достигло 1,5 млрд. Особенно быстро идет темп проникновения Интернета в развивающиеся страны» [32].

«С 1990-х гг. развивается еще одна мировая коммуникационная революция: беспроводная коммуникация с постоянно растущим числом

возможностей и функций и усовершенствованием соответствующих устройств» [2]. «Беспроводная коммуникация стала самой быстро распространяющейся технологией в истории коммуникации. Для сравнения: в 1991 г. было около 16 млн. пользователей мобильных телефонов, в середине 2008 г. их число превысило 3,4 млрд., что составляет около 52% населения земного шара. Интересно, что в Китае, Латинской Америке и Африке бедные слои населения отдают значительную часть своего заработка на расходы, связанные с коммуникацией. В XXI в. появляется множество мобильных беспроводных устройств, дающих доступ к Интернету. В новой модели коммуникации беспроводная коммуникация является доминантной формой коммуникации. В 2013 г. в России мобильным телефонным устройством владеют 98% населения, из них 49% имеют техническую возможность выходить в сеть Интернет с помощью устройства» [6].

«Мануэль Кастельс считает, что Интернет и беспроводная коммуникация не являются средствами массовой информации в традиционном смысле, он называет их средствами интерактивной коммуникации. Тем не менее, границы между средствами массовой коммуникации и всеми другими формами коммуникации все больше стираются. Более того, Интернет и его производные являются коммуникационным каркасом повседневной жизни все большего числа индивидов, их работы, личного времяпрепровождения, основой их информирования, развлечения, предоставления и пользования государственными услугами, технологическим каркасом функционирования политики и религии. Все больше СМИ и продуктов культуры и информации становятся оцифрованными и находятся в Сети. Например, Интернет уже полностью изменил телевидение: по результатам исследования, проведенного Центром имени Анненберга при Южно-Калифорнийском университете, подростки уже не пользуются традиционными устройствами для просмотра телепередач, но прибегают для этого к компьютерам.

Телевидение остается самым распространенным средством массовой информации, но способ передачи информации и его формат изменились, его восприятие стало индивидуализированным. Транслирование видеопотоков становится все более и более распространенной формой потребления и производства» [13].

В XXI в. индивиды построили собственные системы массовой самокоммуникации, используя продукты Интернета и мобильной связи: SMS, блоги, видеоблоги, подкасты, вики-страницы и функции выражения одобрения/неодобрения опубликованного сообщения нажатием на виджет «Мне нравится» («Like»). Файлообменники и пиринговые сети («Peer-to-peer») способствуют циркуляции, смешиванию и переформатированию любой цифровой информации. «YouTube», веб-сайт, позволяющий любому индивиду или группе индивидов делиться любыми видеофайлами, самостоятельно загружая на него собственное содержимое, в 2007 г. стал самым распространенным средством массовой коммуникации в мире. Горизонтальные сети коммуникации, построенные вокруг индивидуальных инициатив, интересов и желаний, мультимодальны и включают в себя множество видов документов, от фотографий и масштабных проектов типа Википедии (энциклопедия, заполняемая пользователями) до музыки и фильмов и сетей социальных/политических/религиозных активистов в виде форумов с видео, аудио и текстовым содержанием.

«Электронные социальные сети (например, международные MySpace, Facebook) становятся повседневным обязательным элементом жизни сотен миллионов людей меньше 30 лет. Сетевые сообщества распространяются не только как виртуальная реальность, но и как явление, интегрированное в повседневную реальную жизнь и изменившее многие сферы жизнедеятельности людей» [25].

Сетевые сообщества, как средство массовой коммуникации – это отдельный мир, который способен управлять нашим сознанием, навязывать

нам свои идеи и стереотипы. Постоянно быть в курсе событий, вот к чему стремиться современный человек, полная информированность и соответствие тенденциям диктуемых СМК, является одной из главных ценностей человека.

Взаимоотношения масс-медийного пространства и телесности человека ярко представлены в конsumerистской теории. Конsumerистская культура – это мир потребления, новая эра конвейерного производства, преобладание материального над духовным [8]. Тело в данной культуре представляется как средство удовольствия и самовыражения. Человек приспособливает свое тело к тому, чтобы оно было средством потребления различных товаров и услуг, благодаря которому испытывает удовольствие [20]. Конsumerистское тело стремится к тому, чтобы стать телом без физических и эстетических недостатков, лишнего веса и старения. В более широком смысле, оно должно стать воплощение божественного совершенства.

Идеальное конsumerистское тело – это масс-медийный образ, существующий лишь на экране и обладающий всеми признаками «идеального» телосложения. Данный образ навязывается аудитории, побуждает к подражанию и исполнению тех или иных рекомендаций и действий по уходу и модернизации собственного тела. Ж. Бодрийяр описывает такой случай как «избыток реальности» [7]. Такое масс-медийное тело становится своеобразным элементом контроля. Подобный образ телесности в массовом сознании начинает прививаться как новый эстетическо-гигиенический идеал, которому свойственны чистая, свежая, умеренно загорелая, упругая гладкая кожа и сверкающая белизна зубов. В конsumerистской культуре доминирует данная норма, по отношению к которой не существует никаких отклонений. Такое тело оцифрованное и помещенное в видеоархив способно жить вечно. Способы достижения подобного идеала происходят при помощи физических упражнений и правильного питания, при неудачном результате применяются

косметические операции и пластическая хирургия. Данное тело считается образцом здоровья и обеспеченности.

Из-за изменения в общественном сознании, современная конsumerистская культура порождает спрос на услуги косметической и пластической хирургии, которые стали более доступны широкой аудитории. Появляется новая категория тела, как коммерческое тело [11]. Идеальное тело, его красоту и здоровье стало можно купить. В представленном смысле тело рассматривается как товар. Перекраиваются привычные значения тела.

«С точки зрения Д. В. Михеля, «в антропологическом смысле этот тип телесности предстает как фантом бессмертного человека». Что относительно общества с преобладанием «ценностей делового человека», то вполне логично, что в систему этих ценностей входят ценности телесного существования человека, а именно: ориентация на сохранение здоровья и, прежде всего, привлекательный физический образ. Деловой мир, мир бизнеса имеет свои собственные правила относительно внешнего вида человека. Особое значение в нем имеет его общий образ, т. е. внешний вид человека, его одежда, прическа, аксессуары делового стиля, благодаря которым можно позиционировать такие качества, как строгость, простота, аккуратность, практичность, организованность, самодисциплина, уверенность в себе, надежность» [53].

Таким образом, человеческий организм становится «личностным проектом», отвечающим ожиданиям окружающей культурной среды, часто производственной, результатом слепого следования «фирменному стилю» и пресловутого успеха. В нашем современном обществе, обществе потребления, тело имеет особое значение, оно является основным субъектом и одновременно целью и ценностью [31]. Тело в обществе потребления должно быть без изъянов, без лишнего веса, с идеальными пропорциями и кожей, такой идеал распространен повсеместно, а его достижение имеет приоритетный характер. Широко распространяется медикаментозное

вмешательство, как пластическая хирургия и медикаментозные препараты. В частности, Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) предостерегает: «Школа, ровесники и СМК могут спровоцировать у подрастающего поколения негативное представление о собственном телесном облике» [43]. Последние социологические исследования предоставляют нам такие данные, что молодое поколение негативно относится к собственному телу. Но также исследования показывают, что у подростка данный негатив не фиксирован и часто подвержен изменениям, благодаря чувству самоуважения.

Сегодня главным орудием манипуляции человеком является виртуальная реальность. О.Н. Астафьева рассматривает действия человека в виртуальном пространстве, и выдвигает гипотезу о том, что все движения там предсказуемы. По ее результатам, можно сказать, что это движет к изменению статуса реальности (телесности), оказывая влияние на положение личности в социуме, а именно, изменяя ее волю, сознание, адекватную оценку возможностей и другое [17]. По справедливому замечанию российского ученого И.М. Быховской, «все эти и сопутствующие им феномены могут превратить естественное тело в своего рода артефакт современной цивилизации» [30]. Конsumerистское тело, по мнению Д.В. Михеля, «является как раз тем звеном, которое позволяет нам более панорамно рассмотреть суть происходящих в культуре изменений. Через анализ конsumerистских политик тела мы достигаем возможности дать взвешенную критику тех процессов, которые превращают современного индивида из обычного потребителя в потребителя знаков, оказывающегося в то же время таким же воплощенным знаком, что потребляют другие» [58].

В современности значимым является самореализация личности. Человек начинает создавать свой образ с внешне-физического до внутреннего интеллектуально-духовного преобразования. В таком понимании человеческое тело становится ценностью, которую человек постигает путем

саморазвития и совершенствования, с помощью которой в последствии способен достигать другие цели.

Таким образом, в современном обществе можно выделить две важные тенденции: с одной стороны, разрушается сама возможность телесной и культурной идентификации, нарушается тесная связь духовного и телесного бытия; движение к материальным ценностям; с другой стороны, принятие ценностей, направленных на защиту и развитие физического тела человека, существующего в неразрывном единстве и взаимодействии с природными, социальными и культурными системами.

«Проблемы телесной культуры в современном российском и западном обществе особенно актуальны и определяются возросшим влиянием современного информационно-технологического общества на организм и психику человека, а также возрастающей ролью личности и ее телесной культуры в современном обществе» [12]. Средства массовой информации ежедневно диктуют обществу нормы и инструкции по содержанию собственного тела. Все чаще на слуху выражение «тело под контролем», означающее несоизмеримый труд по достижению навязанного идеала и поддержание его. А в современности все популярнее становятся сетевые сообщества, которые наиболее актуальны как социальные сети. Социальные сети выходят на первый план среди средств массовой коммуникации, через них люди узнают новости, тенденции, моду. Именно поэтому социальные сети уже сейчас способны манипулировать общественным сознанием для достижения каких-либо целей, в частности представлений о телесности. В следующей главе будет проведено количественное и качественное исследование по выявлению стереотипов человеческого тела в сетевых сообществах.

Глава 2 Качественные и количественные показатели изучения образов человеческого тела в постиндустриальном обществе

2.1 Сравнительный анализ стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах

В последние годы человеческое тело стало «горячей» темой в социологии, причем не только в эмпирических исследованиях, но и в социологическом теоретизировании. Социология телесности – новая отрасль социологической науки, главным аспектом изучения которой является тело человека в процессе социального и культурного взаимодействия. Познание тела человека в современности возрастает и выходит на новые грани, постепенно включая в себя анализ смысла, значения и ценностного содержания [28].

Сетевые сообщества в современности постепенно приобретают статус определяющей в информационной индустрии. Именно по средствам масс-медиа происходит навязывание тех или иных идеалов, в особенности представлений о телесности [15]. Возникают стереотипы, которые определяют мышление и деятельность человека в отношении собственного тела.

В текущем параграфе будет представлен сравнительный анализ стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах. Объектом исследования является молодежь города Тольятти, дифференцированная на две равные группы респондентов. В первую группу вошли юноши 50%, во вторую девушки 50%. В анкетировании приняли участие 200 респондентов в возрасте от 18 до 35 лет.

Выборка составила разнородную аудиторию. По материальному положению более половины респондентов (60%) относятся к среднему уровню жизни (иногда можем испытывать материальные затруднения).

Выше среднего у 26% респондентов. Отличное материальное положение имеют 6% опрошенных. Ниже среднего – 8 % респондентов. По уровню образования выборка распределилась следующим образом: 46% опрошенных окончили школу, 37% респондентов окончили высшее учебное заведение, 15% опрошенных среднее техническое учреждение (колледж, техникум) и лишь 2% респондентов окончили лицей.

По характеристике семейного статуса в нашем исследовании приняли 77% респондентов холостых (не замужних), 10% опрошенных состоят в официальном зарегистрированном браке, 12% опрошенных состоят в «гражданском» браке и разведенных было минимальное количество (1%). Представленные данные свидетельствуют о различном контингенте респондентов, которые приняли участие в нашем исследовании. Это позволит рассмотреть проблему исследования с разных сторон общественного мнения.

Первый блок вопросов рассматривает вовлеченность молодежи в сетевые сообщества. В начале нашего исследования была поставлена гипотеза о том, что девушки и юноши в одинаковой степени вовлечены в сетевые сообщества. Для начала необходимо узнать, как часто молодежь выходит в Интернете. Абсолютное большинство опрошенных (99%) ответили, что пользуются интернатом ежедневно. И лишь 1% опрошенных у юношей используют интернет раз в месяц.

Далее, мы узнаем какими социальными сетями пользуется опрошенная молодежь. В вопросе были представлены современные и популярные социальные сети, также можно было написать свой вариант, выбрать нужно было все социальные сети, которыми пользуются респонденты. Абсолютно все опрошенные (100%) пользуются русской социальной сетью «ВКонтакте», также социальной сетью «Instagram», которая по большей части специализируется на фотографиях, пользуются значимое количество молодежи (81%), интересно, что почти все опрошенные девушки (98%)

отметили данный вариант, когда у юношей данный показатель 66%. Новой социальной сетью Tik-Tok, которая ориентирована на короткие видео, пользуются 30% респондентов, в равной степени юноши и девушки. Микроблогом Twitter пользуются 14% молодежи, где 20% девушек и 8% юношей. Остальными социальными сетями респонденты пользуются гораздо меньше – Snapchat (7%), Facebook (4%), Like (1%).

Далее, мы узнаем, сколько времени молодежь тратит на социальные сообщества. 36% опрошенных проводят в социальных сетях 4-8 часов (40% юношей и 32% девушек), 29% опрошенных отводят 2-4 часа от своего времени (34% юношей и 24% девушек), 17% респондентов проводят 30 минут-2 часа (20% юноши и 14% девушки), 12% опрошенных тратят на социальные сети больше около 8-12 часов, в основном девушки (20%), чем юноши (4%), более 12 часов уходит у 5% респондентов, также в основном у девушек (8%), чем у юношей (2%) и менее 30 минут в интернете проводит лишь 1% опрошенных юношей. По предоставленным данным, можно сделать вывод, что девушки больше вовлечены в социальные сообщества, нежели юноши.

Следующим вопросом мы выявляем виды активности, которые использует молодежь в социальных сетях. Почти все опрошенные отметили, что они читают информацию (99%). Смотрят фотографии и видео 86% респондентов, почти в равной степени юноши и девушки (84%/ 88%). Больше половины опрошенных (61%) отметили, что через социальные сети они общаются и знакомятся с друзьями. Девушки выбирали данный вариант значительно чаще (74%), чем юноши (48%). Чуть меньше половины опрошенных отметили, что выкладывают фотографии (45%). Интересно, что девушки в два раза чаще выкладывают фотографии в социальные сети (62%), чем юноши (28%). Около трети опрошенных отметили, что пишут комментарии (28%) в равной степени девушки и юноши (по 28%). Следующие варианты выбрали малое количество респондентов: ведут блог

5%, делятся проблемами 8%, дают советы, рекомендации 8%. По данному вопросу мы определили, что молодежь использует социальные сети в основном для чтения информации, просмотра фото и видео, создают и выкладывают видеоролики и фотографии, а также общаются и знакомятся с друзьями. Девушки в большей степени, чем юноши, общаются с друзьями и выкладывают фотографии.

Затем, мы узнаем о доверии к информации в сетевых сообществах. Ни один из опрошенных не отметил, что полностью доверяет информации из социальных сетей. Около половины респондентов доверяют лишь малой части информации (49%), примерно поровну юноши (48%) и девушки (50%). Доверяют информации частично 48% опрошенных, девушек немного больше (50%), чем юношей (46%). И лишь 3% юношей абсолютно не доверяют информации из социальных сетей. В современности молодежь доверяет информации из социальных сетей, лишь частично.

Первый блок нашего исследования завершается вопросом: «Какие новости/видео о преобразовании внешности (тела) Вам интересны?» На данный вопрос, можно было выбрать не более пяти ответов, а также написать свой собственный вариант. Самым популярной темой о преобразовании тела стал – «о спортивном преобразовании тела (виды тренировок, соревнования), выбранный вариант отметило 53% респондентов. Девушки выбирали его чаще (60%), чем юноши (46%). Тема о декоративной косметике выбрали 33% опрошенных, в основном девушки (62%), нежели юноши (4%). Темой о снижении веса интересуются 32% опрошенных, девушки в два раза чаще (44%), чем юноши (20%). Смежной к предыдущей теме «о диетах» проявляют интерес 19% опрошенных, опять же девушки (28%), чаще чем юноши (10%). Тему – «о массаже» выбрали 15% респондентов, где 22% юноши, и лишь 8% девушки. Также юноши немного чаще выбирали вариант «об электронных технологиях создания образа в сети» (14%/ 10%). О возрастных изменениях и их преодолении интересуются 14% респондентов,

девушки больше чем в два раза чаще (20%), чем юноши (8%). Остальные варианты, как «о пластической хирургии», «о биологических добавках», «о лекарственных средствах» и «об омолаживающей, корректирующей косметике» выбирали менее 10% респондентов, однако чаще их также выбирали девушки, чем юноши. Вариант «о корректирующем белье» не выбрал ни один респондент. Можно сказать, что девушки интересуются различными темами о преобразовании внешности и тела, гораздо чаще юношей. Также, исходя из вопросов первого блока, можно сделать вывод, что девушки более вовлечены в сетевые сообщества, чем юноши. Поставленная гипотеза, что юноши и девушки одинаково вовлечены в сетевые сообщества, не подтвердилась.

Следующий блок вопросов рассматривает самооценка внешности и идеальное представление о ней. На данный блок была поставлена гипотеза о том, что юноши больше, чем девушки довольны своим телосложением и внешностью. Первое, что мы хотели узнать, каково влияние внешнего вида на представительность человека в обществе. Известная пословица, о том, что «встречают по одежке...» свидетельствует о высокой значимости внешнего вида еще в предшествующие времена. Мы попросили респондентов оценить по пятибалльной шкале значимость внешнего вида для достижения ими жизненных целей, где 5 – высокая значимость внешнего вида, 1 – низкая значимость внешнего вида. В целом, внешний вид для достижения жизненных целей, респонденты оценивают выше среднего (3,7). У девушек данная оценка выше (3,84), чем у юношей (3,56).

Далее мы хотим выяснить, существуют ли стандарты и идеалы тела и внешности, которые респонденты хотят достичь. Большинство опрошенных (74%) отметили, что у них есть стандарты тела, которые они хотят достигнуть. Мнения девушек и юношей в данном вопросе совпадают (по 74% в каждой группе).

Затем, мы попросили наших респондентов охарактеризовать свой вес в соответствии с ростом. Мы предложили респондентам формулу (масса тела в кг разделить на рост в метрах в квадрате $B/(P*P)$), где нужно было подставить данные своего веса и роста. Получение цифры соответствовали нормальному, избыточному или недостаточному весу. У большинства наших респондентов данная формула показала нормальный вес (73%). У девушек нормальный вес встречается немного чаще (74%), чем у юношей (72%). Избыточный вес - у 17% опрошенных, у юношей - 18%, у девушек - 16%. Недостаточный вес встречается у 10% опрошенных в равной степени у юношей и девушек.

Немаловажным является оценка собственных характеристик самими респондентами. Мы попросили их оценить удовлетворенность такими показателями, как: здоровье, физическая форма, состояние кожи, телосложение, вес по пятибалльной шкале, где 5 – максимальная степень удовлетворенности, 1 – минимальная степень удовлетворённости. На основе анализа данных мы получили следующие результаты. Свое здоровье респонденты оценивают выше среднего (3,72 средняя взвешенная). Девушки оценивают свое здоровье гораздо выше (3,8), чем юноши (3,62). Удовлетворенность своей физической формой имеет самый маленький показатель среди респондентов (3,32). Данный результат показывает то, что индивиды недовольны своим внешним видом и происходит постоянное стремление к собственному преобразованию. Зачастую именно юноши (3,24) в отличие от девушек (3,4) не удовлетворены своим телом и внешностью. Такой критерий как «состояние кожи» респонденты оценивают на 3,55 баллов по среднему значению. Интересно, что девушки недовольны состоянием своей кожи чаще (3,52), чем юноши (3,58). Свое телосложение опрошенные оценивают немного выше среднего (3,52). Девушки довольны своим телосложением гораздо чаще (3,7), чем юноши (3,34). И последний представленный показатель - «вес», респонденты оценивают на 3,5 балла.

Юноши довольны своим весом (3,54) чаще, чем девушки (3,46). Исходя из полученных данных, мы получили, что девушки чаще довольны своим телосложением и внешностью, чем юноши. Поставленная в начале исследования гипотеза о том, что юноши больше, чем девушки довольны своим телосложением и внешностью, не подтвердилась.

Третий блок вопросов рассматривает образ внешности (респондента) в интернет-сообществах. Первый вопрос посвящен мнению респондентов о цели распространения информации о стандартах и идеалах внешнего вида в обществе. На данный вопрос было представлено девять позиций ответов, также можно было написать собственный вариант. Более половины опрошенных (59%) считают, что для рекламы брендов косметики и одежды. Так в основном думают девушки (70%), нежели юноши (48%). Половина опрошенных (50%) считает, что таким образом проявляется пропаганда и распространение здорового образа жизни. Чаще так считают также девушки (54%), чем юноши (46%). Чуть больше трети опрошенных (39%) считают, что для того, чтобы люди следовали моде. И снова девушки выбрали данный вариант (46%) чаще юношей (32%). 36% респондентов выбрали вариант – «для увеличения продаж биодобавок, лекарств» (40% девушки, 32% юноши). Треть опрошенных (33%) считает, что целью распространения информации о стандартах и идеалах внешнего вида в обществе, является рост популярности физкультуры и спорта. Девушки выбрали данный вариант значительно чаще юношей (38% / 28%). Также значимой целью оказалась реклама медицинских технологий по коррекции тела (32%). Девушки выбрали данный вариант немного чаще (34%), чем юноши (30%). Вариант, для повышения популярности актеров, спортсменов, телеведущих выбрали 16% респондентов (18% девушки, 14% юноши). 10% опрошенных выбрали «для продления молодости», юноши чаще (12%), чем девушки (8%). И 4% респондентов затруднились ответить, в равной степени юноши и девушки. Таким образом, девушки больше интересуются темой распространения

информации о стандартах и идеалах внешнего вида в обществе, а самой популярной версией оказалось, что для рекламы брендов одежды и косметики.

Следующий вопрос в нашем исследовании: «Какие способы создания привлекательного внешнего вида, которые рекомендует Интернет, Вы используете?» Больше половины опрошенных отметили (57%), что используют комплексы упражнений, почти в равной степени юноши (58%) и девушки (56%). Чуть больше четверти опрошенных отметили, что используют советы по уходу за кожей (маски, массажи). Данный вариант отмечали только девушки. Чуть меньше четверти опрошенных отметили, что используют рекомендации по выбору продуктов для здорового питания (24%). Девушки используют данные рекомендации в три раза чаще (36%), чем юноши (12%). 16% опрошенных используют диеты для контроля веса (14% юноши, 18% девушки). 14% используют психологические тренинги, девушки (22%) гораздо чаще юношей (6%). 13% респондентов используют способы питания для наращивания мышц (16% юноши, 10% девушки). Рекомендации по макияжу, визажу используют 12% респондентов, данный вариант выбирали только девушки. Покупку и использование тренажеров, и рецепты народной медицины используют малое количество опрошенных (4% и 3% соответственно). Не используют рекомендации для создания привлекательного внешнего вида из интернета 23% опрошенных. В основном это были юноши – 36%, девушек – 10%.

Далее мы рассматриваем частоту обновления фотографий респондентами в интернет-сообществах. Чаще всего респонденты отмечали вариант раз в две-три недели и крайне редко (по 29%). Интересно, что «раз в две-три недели» в основном отмечали девушки (38%), чем юноши (20%). А вариант «крайне редко» в основном отмечали юноши (42%), чем девушки (16%). Несколько раз в год выкладывают фотографии 28% респондентов, чаще юноши (34%), чем девушки (22%). Вариант два-три раза в неделю и

каждый день отметили 8% и 1% опрошенных. Данные варианты выбирали только девушки. Также «не выкладываю фотографии в интернет» 5% респондентов (4% юноши и 6% девушки). По полученным данным можно сделать вывод, что девушки чаще, чем юноши выкладывают свои фотографии в социальные сети.

Затем мы задали вопрос: «Пользуетесь ли Вы специализированными программами по обработке фотографий, перед тем как выкладывать их в интернет (VSCO, Photoshop, инстаграм-фильтры и т.д.?)» Получили следующие ответы. Больше трети опрошенных (36%) отметили, что не пользуются данными специализированными программами. Более половины опрошенных юношей отметили именно данный вариант (56%), когда девушки выбирали его лишь в 16% случаев. Чуть больше четверти опрошенных (26%) отметили, что пользуются подобными программами очень редко, в равной степени юноши и девушки. Четверть опрошенных выбрали вариант, что пользуются периодически. Девушки выбрали данный вариант, в три раза чаще (38%), чем юноши (12%). И пользуются специализированными программами по обработке фотографий, перед каждой публикацией 13% опрошенных, девушки, намного чаще (20%), чем юноши (6%). Получается, что девушки чаще, чем юноши используются специализированные программы для обработки фотографий.

Следующим вопросом мы узнаем соотношение внешности в реальности и компьютерного образа. Большинство опрошенных (71%) отметили, что их образ в реальности совпадает с образом в сети. Юноши считают так чаще (82%), чем девушки (60%). 13% опрошенных отметили, что их компьютерный образ лучше, чем в реальности. Данный вариант уже девушки выбирали чаще (18%) юношей (8%). Считают, что хуже, чем в реальности, 4% респондентов (6% / 2% девушки). И достаточно высокий процент опрошенных (12%) затруднились ответить. Девушки затруднялись ответить чаще (20%), чем юноши (4%). По данному вопросу можно сказать,

что девушки считают, что их образ в социальных сетях либо совпадает с реальностью, либо лучше. Когда юноши считают противоположно, что, либо совпадает с реальность, либо хуже.

Далее мы определяем, важно ли для респондентов одобрение выкладываемой фотографии (количество лайков). Считают важным одобрение выкладываемой фотографии 8% респондентов. Девушек, которые так считают (12%), больше, чем юношей (4%). Больше половины опрошенных (57%) следят за количеством лайков, но для них это не сильно важно. Таких девушек (64%) больше, чем юношей (50%). А вот людей, которым одобрение выкладываемой ими фотографии совсем не важно – 35%. Юношей гораздо больше так считающих (46%), чем девушек (24%). Получается, что для девушек одобрение выкладываемой ими фотографии важнее, чем юношам.

В начале нашей работы мы ставили гипотезу, что девушки тратят больше времени на конструирование своей внешности в Интернет-сообществах. Исходя из полученных выше данных, можно сделать вывод, что данная гипотеза подтвердилась.

Подводя итог нашего исследования, мы провели сравнительный анализ стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах. В начале нашего исследования были поставлены гипотезы, о стереотипах человеческого тела в сетевых сообществах. Наше исследование опровергло две гипотезы и не подтвердило связанные с ними стереотипы. Девушки больше, чем юноши вовлечены в сетевые сообщества. Необычным явился тот факт, что юноши недовольны своим телосложением и внешним видом больше, чем девушки, хотя принято считать, что девушки более самокритичны. Однако, одна гипотеза, стереотип, подтвердилась, о том, что девушки тратят больше времени для создания своего внешнего вида в интернет-сообществах. Также подтвердилось, что для девушек наиболее важно одобрение выкладываемой ими фотографий. Мнение юношей и

девушек по всем вопросам телесности и внешнего вида в интернет сообществах полностью различны и отличаются друг от друга.

2.2 Анализ интервью об отношении юношей и девушек к образам человеческого тела в сетевых сообществах

Понятие собственного тела, изучить взгляд на данную проблему изнутри нам поможет качественный метод исследования. В ходе данного исследования был использован качественный метод сбора информации – глубинное интервью. Оно носило характер индивидуального. Был заготовлен список вопросов, рассматривающий аспекты телесности в сетевых сообществах с различных сторон. С помощью интервью мы хотели более детально сравнить отношение юношей и девушек к стереотипам человеческого тела. В ходе нашего исследования было опрошено 4 юношей и 4 девушек. Нами было составлено 14 вопросов, с помощью которых можно получить более полную информацию об изучаемой проблеме.

В глубинном интервью приняли участие юноши и девушки г.о. Тольятти в равной пропорции: Елизавета (24 года), Марина (20 лет), Александра (19 лет), Анастасия (23 года), Сергей (23 года), Антон (22 года), Александр (26 лет), Владимир (21 год). В анализе для примера будет представлено по одному ответу от юношей и девушек. Полные ответы всех респондентов представлены в стенограмме приложения Д.

Для начала мы посчитали важным выяснить частоту пользования интернетом, а также описать свою активность там. Все девушки отметили, что они много времени проводят в интернете, часто используют интернет в работе и отдыхе. Елизавета отметила следующее: «Можно сказать, что да, я много времени провожу в интернете. Это связано со многими факторами, и как просто времяпрепровождение досуга и в связи с работой. Сейчас пандемия и вся работа перешла в интернет, приходится много времени

проводить за компьютером. А когда отдыхаю, я провожу время в социальных сетях, как Инстаграмм, Вконтакте и Тик-Ток. Так же смотрю сериалы и кино». У юношей схожее мнение с девушками, они также отмечали, что много времени проводят в интернете. Как ответил респондент Сергей: «Конечно! Сейчас, все проводят много времени в интернете. Можно сказать, что вся жизнь уже там. Моя активность в основном заключается в проверке социальных сетей, написал ли мне кто, и чтение новостей на спортивных сайтах, как спортс.ру. Также смотрю видео на ютубе. Есть любимые каналы там, которые смотрю часто и по мере выхода видеороликов». Можно сказать, что все опрошенные респонденты проводят много времени в интернете. Каждый отметил, что в его активность входит посещение социальных сетей.

Следующий вопрос: «Какими темами Вы интересуетесь в Интернет-сообществах?», позволит оценить значимые для респондентов темы. Александра ответила следующим образом: «Я интересуюсь темами в интернет сообществах, которые связаны с экологией. Я за защиту окружающей среды и сохранение природного богатства. Еще люблю темы связанные с разными научными фактами, которые происходят на нашей планете, с природными явлениями какими-то. Также я интересуюсь инвестициями. Еще темы связанные с красотой и бьюти сфера, макияж. Еще могу отметить темы связанные со спортом и питанием, а и также психология!» Представитель мужчин Антон, отметил следующее: «В последнее время интересуюсь новостями страны и города, а также развлекательными материалами, чтобы отдыхать, чтобы мозг расслабился. Также много читаю и развиваюсь в своей специальности по созданию веб-сайтов». Таким образом, можно сделать вывод, что наши респонденты интересуются совершенно разными темами.

Далее мы задали вопрос: «Знаете ли Вы о существовании Интернет ресурсов (youtube каналы, сайты, сообщества и т.д.) о телосложении? Если да, то какие?», и получили такие результаты. Анастасия дала следующий

ответ: «Да, я знаю интернет-ресурсы о телосложении. Сейчас это достаточно актуальная тема. Идет тенденция на красивое тело. Очень много девушек создают страницы в инстаграмм, где выкладывают фото с тренировок и просто красивые фото их тела. Знаю о проекте «Сушка» и похожие на него. Также есть много ютуб каналов, повествующие о теле». У мужчин схожее мнение по данному вопросу, приведем ответ Александра: «Уверен, что интернет-ресурсов про телосложение очень много. Сейчас это очень популярно, даже пропаганда идет на это. Но сам я лично не интересуюсь данным направлением, поэтому какие именно назвать не могу». Мнения юношей и девушек о существовании интернет-ресурсов о телосложении получились схожими. Все отметили, что знают данные ресурсы и, что сейчас они особенно популярны.

Следующий вопрос, является одним из основных в нашем исследовании, мы спросили у респондентов: «Как Вы думаете, кто (что) в большей степени влияет на формирование у людей представлений (мнений) о привлекательном человеческом теле?». Были получены интересные результаты. Александра считает следующим образом: «На мой взгляд, влияние на формирование у человека представлений о привлекательном человеческом теле формируется общество и какими-то его личными взглядами на противоположный пол, возможно, на друзей. Например, с кем приятнее общаться, с кем нет, почему, что и как. Формирует общество и личные взгляды, человека в ходе его развития я считаю, это два основных фактора». А Сергей считает следующим образом: «Общественное мнение. Все люди вокруг. Да те же СМИ, инстаграм, где смотришь фотографии одних моделей». В данном вопросе мы выяснили, что в большей степени общественное мнение и СМИ влияет на формирование у людей представлений и мнений о привлекательном человеческом теле. Юноши и девушки в данном вопросе выражали довольно схожие мнения.

Далее мы попросили наших респондентов рассказать о своем телосложении. Данный вопрос оказался одним из самых сложных в нашем интервью. Респонденты смущались и сначала не могли найти подходящих описательных слов. Характеристики, которые давали себе респонденты: худой, стройная, упитанная, с лишним весом, не толстая, не худая. Все респонденты оказались разных пропорций, что позволяет нам взглянуть на проблему с разных сторон.

Задав вопрос: «Довольны ли Вы своим телом, внешним видом?», мы получили следующие результаты. Елизавета отметила: «Нет. Но скажу честно. Раньше я весила на 10 кг меньше и тоже была недовольна. Все это недовольство связано не с весом, а просто из-за нелюбви к себе. Поэтому я стараюсь полюбить себя такой, какая я есть». Александр: «Доволен, пока не начинаю сравнивать себя с другими». В ходе данного вопроса выяснилось, что девушки категорически не довольны своим телосложением, когда юноши лишь частью своего тела недовольны, а если оценивать в целом, то довольны.

Далее мы определяем, что делают респонденты для достижения поставленных целей, связанных с телом. Ответ Александры: «Я хожу в спортзал. Стараюсь более-менее фильтровать свое питание. Не есть больше, чем мне нужно. И касательно внешности, я ухаживаю за своей кожей, за волосами в целом. То есть я занимаюсь уходом и контролем всех воздействий, которые действуют на мое тело». Ответ Сергея: «Кофе стал без сахара пить. Отказался от сладкого. Стал больше ходить, иногда бегаю. Не ем поздно, да и в принципе стараюсь меньше есть». Можно сказать, что все наши респонденты стараются изменить свое телосложение. В основном было отмечены спортивные тренировки и диетарные практики.

Далее мы спросили о методах, которые респонденты используют для достижения желаемого телосложения. Марина ответила следующим образом: «Катаюсь на велосипеде, поднимаюсь по лестнице пешком, также хожу пешком с любых мест домой по 4 км выходит». Антон ответил кратко, как и

все остальные юноши: «Спортивные тренировки в основном». Таким образом, наши респонденты используют совершенно разные методики для достижения желаемого телосложения. Девушки используют больше методов и средств, юноши же в основном опираются на спортивные тренировки.

В нашем исследовании особое место занимает значений социальных сетей. Поэтому мы задали вопрос: «Есть ли у Вас в социальных сетях определенный образ, которого Вы придерживаетесь?». Этот вопрос позволит определить значение сетевого образа человека. Ответ Елизаветы: «Образа нет. Я там такая, какая есть. Стараюсь просто не демонстрировать то, как отдыхаю с друзьями. Так как я учитель, да и зачем другим об этом знать. И конечно без мата все». Ответ Антона: «Нет никакого образа, которого я бы придерживался. Мне это ни к чему». Таким образом, в основном у опрошенных респондентов нет образа в социальных сетях, которого бы они придерживались.

Далее был задан вопрос: «Насколько важен для Вас образ в социальных сетях? Почему?» Александра ответила следующим образом: «Для меня не важен образ в социальных сетях. Гораздо важнее другое. Первое, что мне приходит в голову, это когда происходит знакомство с человеком, посредством социальных сетей. Ты смотришь на его аккаунт и можешь примерно представить, какой это человек, как с ним общаться, какие интересы и увлечения. И вот гораздо важнее, что бы просто эти данные совпадали! Этот образ и сам человек. И вот, ты приходишь на встречу с человеком, с которым познакомился в социальной сети и его образ совершенно не соответствует действительности. Это очень грустно. Мне кажется быть настоящим это гораздо важнее». Ответ Антона: «Для меня это совсем не важно, я делаю образ обычного человека, которым я и являюсь». Все наши респонденты отметили, что образ в социальных сетях для них не важен.

Следующий вопрос: «Как Вы считаете в Интернет-сообществах есть ли норма, стереотип по образу человеческого тела? Если да, то каким оно должно быть?» Марина привела конкретное описание стереотипа человеческого тела в сетевых сообществах: «Да конечно. У девушки это выделенные скулы, длинные прямые волосы, тонкий нос, очень пухлые губы, большая грудь, большая попа, тонкая талия. Длинные ноги. У мужчин накаченное тело, спортивное: пресс, сильные руки, мощные ноги. Не волосатое и загорелое тело». Антон выразился более общим характеристиками: «В интернете много разных образов и нет, каких-то стандартных. Сейчас есть тенденция – любить своё тело таким, каким оно есть. Параллельно ей также есть тенденция на подкаченное и стройное тело». Все респонденты отмечали, что в интернет-сообществах есть стереотип о норме человеческого тела. В основном он заключался в «худобе» и «спортивном» телосложении.

Задав вопрос: «Выкладываете ли Вы фотографии в социальные сети? Перед тем как их выложить, обрабатываете ли Вы их в специализированных программах? Если да, то опишите, что для Вас важно в обработке», мы получили следующие ответы. Все девушки отметили, что выкладывают фотографии в социальные сети и обрабатывают их, перед тем как выложить. Как это делает Александра: «Да, конечно, я выкладываю фотографии в социальные сети. Я их обрабатываю, делаю цветокоррекцию. Потому что я достаточно близка к теме фотографии, естественно я ретуширую их, та же цветокоррекция, коррекция мелких деталей. Да соответственно программами я тоже разными пользуюсь». Юноши же редко выкладывают фотографии в социальные сети, и совершенно не обрабатывают свои фотографии. Что делает Сергей: «У меня плохой телефон, даже если бы хотел, не получилось бы. Получается, что выкладываю редко. Обрабатывать мне лень». В данном вопросе видно различие между юношами и девушками. Девушки с большим

вниманием относятся к выкладыванию фотографий, делают обработку, когда юноши выкладывают фотографии редко и без обработок.

Следующий вопрос касается оценки выкладываемых фотографий: «Ждете ли Вы реакции на выкладываемые вами материалы? Следите за комментариями и количеством лайков? Если да, то почему?» Ответы разделились на противоположные. Половина девушек ответили положительно, а половина отрицательно, как Елизавета: «Нет. Не слежу. А зачем? Для меня фотографии в социальных сетях – это современный фотоальбом. Конечно, когда оценивают это приятно». Такая же ситуация сложилась и у юношей, половина следит за оценкой выкладываемых фотографий, а половина нет, как Антон: «Нет, мне это совершенно не важно. Кто на меня подписан в социальных сетях это мои друзья, и они меня знают. Если я выложил фотографии, я и без одобрения понимаю, что она крутая. А если ее и пролайкали, это просто как маленький бонус».

Завершает исследование вопрос: «Существует ли для Вас идеал телосложения и внешнего вида? Опишите его», респонденты отвечали по-разному, но в целом картинка складывается одна. Марина: «Идеал у женщин – чтобы была ростом 175, чистая кожа, ухоженная, ничего не накачивала себе, естественная, спортивная. У мужчин – это футболист Криштиану Роналду и киноактер Марио Касас». Александр: «Наверное, телосложение человека, который ведёт активный образ жизни, но не качается в привычном понимании. Гармоничное телосложение». Идеал внешнего вида заключается в спортивном, подтянутом телосложении с чистой кожей. Для примеров в мужском телосложении часто приводили спортсменов.

В ходе интервьюирования, мы выявили следующие результаты. Материалы интервью показывают значимость красивого телосложения, в особенности спортивного и подтянутого с чистой кожей. В структуре стереотипов о красивом телосложении отмечалось, что мнение о привлекательном человеческом теле формируют общественное сознание,

СМИ и мода. Современная молодежь проводит много времени в интернете, их активность там, в основном заключается в проведение времени в социальных сетях. Респонденты знают и иногда используют интернет-ресурсы о телосложении. Молодежь обеспокоена состоянием своего телосложения.

Заключение

Социология телесности – специфическая отрасль социологического знания. Наука, отвечающая современным потребностям и параллельно с обществом развивающаяся. В разные исторические периоды тело человека рассматривали как субъект социальных отношений, когда в современном обществе тело приобретает новый статус – цель. Актуальным становится изучение тела и методик его преобразования. Тело человека в современности во многом определяет его деятельность и интересы.

В начале нашей бакалаврской работы была поставлена цель, анализ образов человеческого тела в сетевых сообществах, с которой мы успешно справились. Был рассмотрен феномен человеческой телесности в трудах философов и социологов и выделены следующие теоретические подходы: феноменологический, основывающийся на восприятии собственного тела. Основоположником данной теории был Морис Мерло-Понти. Визуальный подход, который позволял выявить субъективные и объективные оценки представления собственного тела. Данный подход рассматривал Ирвинг Гофман в своей работе «Представление себя другим в повседневной жизни», в которой тело представлялось как внешний облик, то, как видят тебя окружающие. Также был рассмотрен постмодернистский подход, который позволил нам рассмотреть тело как часть общества потребления. Данный подход современный и представлен такими учеными как Ж. Бодриар, М. Фиторстоун, Д. Михель. Была рассмотрена красота как важный фактор человеческой телесности.

Во второй главе мы провели сравнительный анализ стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах. В первом параграфе второй главы представлен количественный метод исследования – анкетирование. Были получены следующие результаты: девушки больше, чем юноши вовлечены в сетевые сообщества. Необычным явился тот факт,

что юноши недовольны своим телосложением и внешним видом больше, чем девушки, хотя принято считать, что девушки более самокритичны. Однако, одна гипотеза, стереотип, подтвердилась, о том, что девушки тратят больше времени для создания своего внешнего вида в интернет-сообществах. Также подтвердилось, что для девушек наиболее важно одобрение выкладываемой ими фотографий. Мнение юношей и девушек по всем вопросам телесности и внешнего вида в интернет сообществах полностью различны и отличны друг от друга.

Во втором параграфе второй главы мы провели качественный метод исследования – интервьюирование. Материалы интервью показывают, значимость красивого телосложения, в особенности спортивного и подтянутого с чистой кожей. В структуре стереотипов о красивом телосложении отмечалось, что мнение о привлекательном человеческом теле формируют общественное сознание, СМИ и мода. Современная молодежь проводит много времени в интернете, их активность там, в основном заключается в проведение времени в социальных сетях. Респонденты знают и иногда используют интернет-ресурсы о телосложении. Молодежь обеспокоена состоянием своего телосложения.

Таким образом, для молодежи важен их образ телосложения и внешности в реальности и в Интернете, однако оценивают они их по-разному. Для работы с молодежью следует учитывать данные факторы. Что вся молодежь сейчас пользуется социальными сетями, которые являются их основным источником информации и общения.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Астафьева О.Н. Компьютерная виртуальная реальность и искусство (к вопросу о расширении эстетического опыта личности) // Виртуальные реальности. Труды лаборатории виртуалистики. № 4. 2018. С. 141–145.
2. Баниже О.Н. Неклассический дискурс телесности в свете идеи постчеловека // Культурное наследие России. № 4. 2018. С. 60–63.
3. Баниже О. Н. Женская телесность как культурологическая проблема // Культурное наследие России. № 2. 2017. С. 92–96.
4. Баранов В.А Тело и телесность в социальном измерении // Таврический научный обозреватель. № 10. 2016. С. 24–29.
5. Белова Д. Н. Взаимосвязь наготы, телесности и духовности женского образа в живописи // Манускрипт. № 10. 2016. С. 21–26.
6. Белогай К. Н. Представления о своем теле у женщин в период средней взрослости // Вестник Кемеровского государственного университета. № 2. 2019. С. 375–383.
7. Бобова Л. А. Мануэль Кастельс: влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций // Вестник МГИМО университета. № 5. 2013. С. 213–220.
8. Бодрийяр Ж. Система вещей // М.: Рудомино. 2001. 216 с.
9. Бордо С. Интерпретация стройного тела // Теория моды. № 34. 2015. С. 81–105.
10. Бурдые П. Мужское господство. Социальное пространство: поля и практики // М.: Институт экспериментальной социологии. 2005. 450 с.
11. Бурдые П. Практический смысл // СПб.: Алетейя. 2001. 562 с.
12. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // М.: Институт экспериментальной социологии. 2007. 288 с.

13. Бурдые П. Физическое и социальное пространства// М.: Институт экспериментальной социологии. 2007. 360 с.
14. Быховская И.М. Физическая культура как практическая аксиология человеческого тела: методологические основания анализа проблемы // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. № 2. 2016. С. 19–27.
15. Вигарелло Ж. Искусство привлекательности. История телесной красоты от ренессанса до наших дней // М.: Новое литературное обозрение, 2013. 432 с.
16. Вульф Н. Миф о красоте. Стереотипы против женщин // М.: Альпина нонфикшн. 2013. 446 с.
17. Выготский Л. С. История развития высших психических функций. Собрание сочинений, том 3 // М.: Педагогика. 1983. 389 с.
18. Гальцева Р. А. К определению места «новых философов» в новейшей философии // М: Общество. Культура. Философия. 1983. 676 с.
19. Гасанова М. М. Реализация механизмов электронной демократии в социальных сетях и блогосфере: сравнительный анализ // Факторы успеха. № 2. 2016. С. 48–59.
20. Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуризации // М.: Академический Проект. 2003. 528 с.
21. Гольман Е. Телесные практики женщин в зеркале феминистской дискуссии // Философско-литературный журнал «Логос». № 4. 2018. С. 129–156.
22. Гофман А. Б. Существует ли общество? От психологического редукционизма к эпифеноменализму в интерпретации социальной реальности // Социологические исследования. № 1. 2005. С. 19.
23. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни // М.: КАНОНПресс. 2000. 304 с.

24. Гоффман И. Анализ фреймров. Эссе об организации повседневного опыта // М.: Институт социологии РАН. 2004. 367с.
25. Грекова Е.И. Индустрия красоты в современном медиакультурном пространстве // Человек в мире культуры. № 4. 2017. С. 109–111.
26. Дементий Л.И. Социально-психологические аспекты внешней привлекательности человека в культурно обусловленном контексте // Вестник Омского университета. №4. 2010. С. 247–254.
27. Клингсайс К. Власть гламура в современном российском обществе. Значение одежды и внешности в городской культуре. Резюме // Laboratorium. Журнал социальных исследований. № 1. 2011. С. 171–177.
28. Кучеренк А. Л. Танец как феномен телесности на примере испанского танца фламенко // Гуманитарный вектор. № 3. 2018. С. 168–175.
29. Лысак И. В. Современное общество как общество сетевых структур// Информационное общество. № 2. 2015. С. 45–51.
30. Михель Д. Телетехнологии, телесность, виртуальная реальность // [Электронный ресурс] URL: ivanem.chat.ru/mihel.htm (дата обращения: 10.11.2020 г.).
31. Михель Д. В. Воплощенный человек: Западная культура, медицинский контроль и тело // Саратов: Изд-во Сарат. ун-та. 2000. 204 с.
32. Мосс М. Общества. Обмен. Личность // М.: КДУ. 2011. 304 с.
33. Некрасова Н. А. Феномен человеческой телесности // Аналитика культурологии. № 11. 2018. С. 21–27.
34. Погонцева Д.В. Структура привлекательного внешнего облика: анализ современных исследований // Концепт. №9. 2017. С. 67–74.
35. Пышкина Е. С. Телесный образ я и гендерная идентичность молодежи // Вестник науки и образования. № 9. 2019. С. 101–105.
36. Развитие организма в подростковом возрасте // Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс] URL:

<http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/107674/E87579R.pdf> (дата обращения: 10.11.2020г.).

37. Русанова А.А. Специфика репрезентации атипичной телесности в массовых коммуникациях// Манускрипт. №9. 2019. С.123–126.

38. Рыбалова Т. В. Понятие о телесности в гуманитарных науках // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. № 5. 2018. С. 216–221.

39. Сергеева Ю. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России // WebCanape [Электронный ресурс] URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения 19.12.2020).

40. Соколова Л. Ю. Феноменологическая концепция М. Мерло-Понти // Серия «Мыслители», История философии, культура и мировоззрение. № 3. 2000. С.280–287.

41. Стерхова Е. Е. Концепция постиндустриального общества и возникновение концепции новой экономики// Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. № 3. 2015. С. 216–240.

42. Сухов А. В. Сетевая структура как основополагающее свойство организации информационных процессов в современном информационном обществе// Транспортное дело России. № 6. 2012. С. 154–156.

43. Тищенко П. Д. Тело страдания// Бюллетень сибирской медицины. № 10. 2017. С. 29–40.

44. Тищенко П. Д. Тело страдания: философско-антропологическое истолкование // Бюллетень сибирской медицины. № 5. 2016. С. 17–19.

45. Тупикова С. В. «Телесность» в социологическом дискурсе: общенаучные и социокультурные детерминанты// СИСП. № 4. 2013. С. 55–59.

46. Фролова А. С. Сетевое общество и теория фреймов: социально-философское осмысление// Вестник РАЕН. № 3. 2013. С. 61–63.

47. Фуко М. Рождение клиники// М.: Смысл. 1998. 282 с.
48. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций// М.: «ОЛМА-ПРЕСС». 2018. С. 14–19.
49. Цырлина Я.Э. Темпоральность и телесность. Феноменологические аспекты минимализма// Технологос. №. 4. 2018. С. 20–28.
50. Шундрик М. А. Пропорции красоты и идеальная улыбка// Вісник проблем біології і медицини. №2. 2017. С. 391–394.
51. Эпштейн М. Тело на перекрестке времен. К философии осязания// Вопросы философии. № 8. 2015. С. 66–80.
52. Ясавеев И. Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации// Казань. 2016. 210 с.
53. Featherstone M. The Body in Consumer Culture // Theory, Culture and Society. № 1. 1982. P. 18–20.
54. Howson, A. The body in sociology: tensions inside and outside sociological thought // [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/289184005_Sociological_rescues (Дата обращения: 25.10.2020 г.).
55. Merleau-Ponty M. Phenomenologie de la perception// Routledge, 1999. 235p.
56. Ratikan A. Culture based preference for the information feeding mechanism in online social networks // IEICE Transactions on Information and Systems. № 4. 2014. P. 705–713.
57. Turner B.S. The Body and Society: Explorations in Social Theory // Third Edition. London: SAGE Publications Ltd. №2. 2008. P.40–41.
58. Young, I. M. Lived Body vs Gender: Reflections on Social Structure and Subjectivity // Ratio. № 4. 2002. P. 45–50.

Приложение А

Программа эмпирического исследования на тему: «Стереотипы человеческого тела в сетевых сообществах»

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Обоснование проблемы исследования. В последние годы человеческое тело стало «горячей» темой в социологии, причем не только в эмпирических исследованиях, но и в социологическом теоретизировании [57]. Социология телесности – новая отрасль социологической науки, главным аспектом изучения которой является тело человека в процессе социального и культурного взаимодействия. Познание тела человека в современности возрастает и выходит на новые грани, постепенно включая в себя анализ смысла, значения и ценностного содержания.

Телесность призвана выразить культурную, индивидуально-психологическую и смысловую составляющие человеческого существа. Она является многомерной, креативной, целостной информационной системой [21]. Основопологающим принципом целостности человеческой телесности является информационное взаимодействие различных ее уровней (внутренний и внешний; биологический, психологический, социальный и культурный), позволяющее поддерживать соответствие между внутренними и внешними факторами информации и развитие способности диалога между «внешними» и «внутренними» состояниями тела [18]. Знаки и символы как знаки внешнего и внутреннего аспектов в пространстве телесности соединяются в одну структуру.

Поскольку социальные и культурные отношения в массе своей проецируются на экран физического тела, то тело человека несет на себе отпечаток как социальных, так и культурно-исторических ценностей. В этой связи становится крайне актуальным изучение аксиологических аспектов телесности в рамках ценностного исследовательского подхода [55]. Объект социологии телесности, само тело, изучалось как средство, инструмент для

Продолжение приложения А

познания и восприятия мира. В современности данные принципы призваны меняться, тело человека становится его достижением, не средством, а целью.

Во многом процесс популяризации феномена в современном обществе связан и с «идеалами» общества потребления, одним из главных принципов которого является стремление к удовольствию, продиктованному физиологическими потребностями, в противовес духовным. Внешний облик человека, в особенности его телесность, становится определяющим в его становлении и социализации в обществе. Популяризированный ориентир на физическое совершенство, может достигать крайности в способах его достижения, где моральные качества личности и нравственность, отодвигаются на второй план [16].

Медиапространство сегодня регулирует почти все стороны общественной жизни, пронизывая и оказывая влияние на каждого индивида. СМИ – это средство для формирования мировоззрения, ценностей, ориентаций, духовных потребностей людей [26]. Посредством масс-медиа происходит навязывание тех или иных идеалов, в особенности представлений о телесности. Сетевые сообщества в современности постепенно приобретают статус определяющей в информационной индустрии. Данный факт подтверждает статистика: «Российская аудитория социальных сетей составляет 49% от общей численности населения – всего активных пользователей социальных медиа у нас 70 миллионов человек» [54]. Средства массовой коммуникации, в особенности интернет, являются важным инструментом в создании идеала-симулякра образа телесности. Тело в современном масс-медийном пространстве представляет собой конструкт, характеризующийся устойчивостью, универсальностью и шаблонностью. Однако, масс-медиа способны к фальсификации ценностей людей в отношении к телесности.

Продолжение приложения А

Телесность в современном обществе – прогрессирующая отрасль социологического пространства [56]. Тело человека в современности во многом определяет его деятельность и интересы. Изучение социологии телесности позволит определить мотивы, ценности и деятельность индивидов. Следовательно, познание и изучение телесности, поможет выявить и предвидеть аспекты развития общества. Образ идеального тела продиктован средствами массовой информации, в особенности сетевыми сообществами. Молодое поколение заинтересовано и мотивированно к навязанному СМИ идеальному телосложению с раннего возраста.

Объектом исследования является молодежь города Тольятти, дифференцированная на две равные группы респондентов по половому критерию (50% юноши, 50% девушки).

Предмет исследования – стереотипы человеческого тела в сетевых сообществах.

Цель изучения состоит в сравнительном анализе стереотипов человеческого тела мужчин и женщин в сетевых сообществах.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи:

- Рассмотреть вовлеченность молодежи в сетевые сообщества;
- Проанализировать самооценку внешности молодежи;
- Выявить идеальные представления о телосложении и внешности;
- Рассмотреть образ внешности индивида в сетевых сообществах;

Гипотезы исследования:

- Девушки и юноши в одинаковой степени вовлечены в сетевые сообщества;
- Юноши больше, чем девушки довольны своим телосложением и внешностью;

Продолжение приложения А

- Социальные сети являются определяющим фактором формирования образа телесности в представлениях индивидов;
- Девушки тратят больше времени на конструирование своей внешности в Интернет-сообществах.

Системный анализ объекта исследования

Блок 1. Вовлеченность в сетевые сообщества:

- статус в сетевых сообществах;
- частота общения в сетевых сообществах;
- интерес к проблемам формирования внешности (телесности);
- темы формирования внешности, которые интересны;
- доверие к информации в сетевых сообществах.

Блок 2. Самооценка внешности, идеальное представление о внешности:

- удовлетворенность своим внешним видом (телесностью);
- наличие идеала внешности (телесности);
- источники идеальных представлений о внешности (телесности);
- способы достижения идеала;
- критерии идеала;
- стимулы формирования внешности в Интернете.

3. Образ внешности (респондента) в Интернет-сообществах:

- способы формирования своей внешности (телесности) в Интернет-сообществах;
- частота обновления своих фотографий;
- цели размещения фотографий;
- факторы, влияющие на образ внешности в Интернете;
- значение формирования образа внешности (телесности);

Продолжение приложения А

– соотношение внешности в реальности и компьютерного образа.

Блок 4. Социально-демографические характеристики:

- пол (опрашиваются мужчины и женщины в равной пропорции);
- возраст (опрашивается молодежь в возрасте от 18 до 35 лет);
- образование (высшее, среднее);
- материальное положение;
- семейное положение.

Теоретическая интерпретация социологических понятий

В данной части работы используются следующие понятия:

Телосложение – пропорции и особенности частей тела, а также особенности развития костной, жировой и мышечной тканей.

Интернет – всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения, обработки и передачи информации.

Сетевое сообщество – группа людей, поддерживающих общение и ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых средств.

Стереотип – заранее сформированная человеком мыслительная оценка чего-либо, которая может отражаться в соответствующем стереотипном поведении.

Внешность – это лицо человека, его фигура, одежда, совокупность характерных особенностей его облика.

Идеал – образ совершенства, выступающий в качестве цели.

Индекс массы тела – величина, позволяющая оценить степень соответствия массы человека и его роста и тем самым косвенно оценить, является ли масса недостаточной, нормальной или избыточной.

Продолжение приложения А

Фотография — технология записи изображения путем регистрации оптических излучений с помощью фотоматериала или полупроводникового преобразователя.

Самооценка – это представление человека о важности своей личности, деятельности среди других людей и оценивание себя и собственных качеств и чувств, достоинств и недостатков, выражение их открыто или даже закрыто.

Операционализация социологических понятий

Данное исследование предполагает сравнительную характеристику юношей и девушек о стереотипах человеческого тела в сетевых сообществах.

Первый блок вопросов рассматривает вовлеченность молодежи в сетевые сообщества.

В первом вопросе мы определяем частоту пользования интернетом по порядковой шкале:

- ежедневно;
- один раз в два-три дня;
- раз в неделю;
- раз в месяц;
- не пользуюсь интернетом.

В следующем вопросе мы рассмотрим популярные социальные сети и выявим наиболее востребованные молодежью по номинальной шкале:

- Вконтакте;
- Facebook;
- Instagram;

Продолжение приложения А

- Snapchat;
- Twitter;
- Tik-Tok;
- Like;
- Не пользуюсь.

Далее мы выявляем количество времени проводимого в социальных сетях молодежью по порядковой шкале:

- Менее 30 минут;
- 30 мин- 2 часа;
- 2- 4 часа;
- 4-8 часа;
- 8-12 часов;
- Более 12 часов;
- 1-2 раза в неделю.

Следующий вопрос позволяет выявить темы формирования внешности, которые интересны современной молодежи по номинальной шкале:

- о декоративной косметике и ее нанесении;
- о спортивном преобразовании тела (виды тренировок, соревнования);
- о пластической хирургии;
- о диетах;
- о биологических добавках;
- о лекарственных средствах;
- об электронных технологиях создания образа в сети;
- о массаже;
- о возрастных изменениях, их преодолении.

Продолжение приложения А

- об омолаживающей, корректирующей косметике;
- о снижении веса;
- о корректирующем белье;
- Другое _____.

Далее мы определяем виды активности молодежи в сетевых сообществах по номинальной шкале:

- читаю информацию;
- смотрю фотографии, видео;
- выкладываю фотографии;
- пишу комментарии;
- веду блог;
- делюсь проблемами;
- даю советы, рекомендации;
- общаюсь /знакомлюсь с друзьями;
- Другое _____.

В последнем вопросе первого блока мы выявляем степень доверия к информации из социальных сетей по шкале Лайкерта:

- Да, я полностью доверяю информации из социальных сетей;
- Доверяю информации частично;
- Доверяю лишь малой части информации;
- Нет, абсолютно не доверяю информации из социальных сетей.

Один из основных блоков вопрос рассматривает самооценку внешности и идеальные представления о ней.

Продолжение приложения А

Первый вопрос данного блока заключается в оценке значимости внешнего вида для достижения жизненных целей по порядковой шкале, где «5 баллов» – высокая значимость, «1 балл» – низкая значимость:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Далее задаем вопрос «Существуют ли стандарты тела, которых Вы хотели бы достичь?» для выявления наличия идеалов телесности по номинальной шкале:

- да, существуют;
- нет не существуют.

Следующим вопросом мы определяем причину распространения информации о стандартах и идеалах внешнего вида по номинальной шкале:

- для распространения здорового образа жизни;
- для того, чтобы люди следовали моде;
- для роста популярности физкультуры и спорта;
- для рекламы брендов косметики, одежды;
- для продления молодости;
- для увеличения продаж биодобавок, лекарства;
- для повышения популярности актеров, спортсменов, телеведущих;
- для рекламы медицинских технологий по коррекции тела;
- затрудняюсь ответить;
- другое _____.

Следующий вопрос направлен на определение индекса массы тела, для этого мы просим охарактеризовать свой рост и вес по представленной формуле и отметить результат по порядковой шкале:

- Нормальный вес (18.5 – 24.9);
- Избыточный вес (25.0 и более);

Продолжение приложения А

– Недостаточный вес (менее 18.5).

Последний вопрос второго блока заключается в оценке удовлетворенности личными состояниями, как здоровье, физическая форма, состояние кожи, телосложение и вес, по порядковой шкале, где «5 баллов» – полностью удовлетворен, «1 балл» – не удовлетворен:

- здоровье _____ (укажите количество баллов);
- физическая форма (вес, мышцы) __ (укажите количество баллов);
- состояние кожи _____ (укажите количество баллов);
- телосложение _____ (укажите количество баллов);
- вес _____ (укажите количество баллов).

Следующий блок вопросов является ключевым в нашем исследовании, он рассматривает образ внешности респондента в интернет-сообществах.

Первый вопрос данного блока выявляет способы создания привлекательного внешнего вида из интернета, которые используют респонденты по номинальной шкале:

- Комплексы упражнений;
- Способы питания для наращивания мышц;
- Диеты для контроля веса;
- Советы по уходу за кожей (маски, массажи);
- Выбор продуктов для здорового питания;
- Психологические тренинги;
- Покупка и использование тренажеров;
- Рецепты народной медицины;
- Рекомендации по макияжу, визажу;
- Не использую рекомендации из Интернета;
- Другое (укажите, что именно)_____.

Продолжение приложения А

Далее, мы определяем частоту обновления фотографий в интернет по порядковой шкале:

- практически ежедневно;
- два–три раза в неделю;
- раз в две–три недели;
- несколько раз в год;
- крайне редко;
- не выкладываю фотографии в интернет.

Следующий вопрос выявляет наличие использования специализированными программами по обработке фотографий, перед тем как выкладывать их в интернет по порядковой шкале:

- да, пользуюсь на каждой фотографии;
- пользуюсь периодически;
- пользуюсь очень редко;
- не пользуюсь.

Вопрос «Как соотносится образ на фотографиях с Вашим внешним видом в реальности?» позволяет определить соотношение внешности в реальности и компьютерного образа по номинальной шкале:

- лучше, чем в реальности;
- полностью совпадает;
- хуже, чем в реальности;
- затрудняюсь ответить;
- другое (кажите, что именно)_____.

Продолжение приложения А

Далее мы определяем значение формирования образа внешности в интернет-сообществах вопросом «Важно ли для Вас одобрение выкладываемой фотографии (количество лайков)?» по порядковой шкале:

- Да, важно;
- Слежу за количеством лайков, но для меня это не сильно важно;
- Нет, совсем не важно.

В последнем блоке вопросов мы узнаем социально-демографические характеристики респондентов.

С помощью номинальной шкалы выясним пол респондентов:

- Мужской;
- Женский.

Узнаем возраст респондента по шкале отношений:

- Ваш возраст: _____ (количество полных лет).

Далее узнаем уровень образования по порядковой шкале:

- Окончил школу;
- Окончил училище (лицей);
- Окончил техникум, колледж;
- Окончил ВУЗ.

Определяем уровень материального положения семьи по порядковой шкале:

- Отличное (практически ни в чем себе не отказываем);
- Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений);
- Среднее (иногда испытываем материальные затруднения);
- Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать);
- Очень трудное (едва сводим концы с концами).

Продолжение приложения А

Последним вопросом определяем семейное положение респондентов по номинальной шкале:

- Холост/ не замужем;
- Женат/замужем;
- Живем вместе, но официально не состоим в браке;
- Разведен/ разведена.

Приложение Б

Анкета

Уважаемый респондент!

Кафедра социологии Тольяттинского государственного университета проводит социологическое исследование с целью выявления отношения молодежи г.о. Тольятти к телосложению в сетевых сообществах.

Просим Вас, по возможности, ответить на все вопросы анкеты, выбрав вариант ответа, более точно отражающий Ваше мнение. Выбранный Вами ответ обведите, пожалуйста, в кружок. Некоторые вопросы предполагают несколько вариантов ответа. Если Вы не согласны ни с одним из предложенных вариантов, напишите, пожалуйста, свой ответ на свободной строчке. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

Заранее благодарим Вас за участие в социологическом исследовании!

1. Как часто Вы пользуетесь интернетом?

(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. ежедневно
2. один раз в два-три дня
3. раз в неделю
4. раз в месяц
5. не пользуюсь интернетом

2. Какими социальными сетями Вы пользуетесь?

(отметьте, пожалуйста, все возможные варианты ответа)

1. Вконтакте
2. Facebook
3. Instagram
4. Snapchat
5. Twitter
6. Tik-Tok
7. Like
8. Не пользуюсь

3. Сколько времени в день Вы проводите в социальных сетях?

(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

Продолжение приложения Б

1. Менее 30 минут
2. 30 мин- 2 часа
3. 2- 4 часа
4. 4-8 часа
5. 8-12 часов
6. Более 12 часов
7. 1-2 раза в неделю

4. Какие новости/видео о преобразовании внешности (тела) Вам интересны?
(отметьте, пожалуйста, не более 5 вариантов ответа)

1. о декоративной косметике и ее нанесении
2. о спортивном преобразовании тела (виды тренировок, соревнования)
3. о пластической хирургии
4. о диетах
5. о биологических добавках
6. о лекарственных средствах
7. об электронных технологиях создания образа в сети
8. о массаже
9. о возрастных изменениях, их преодолении
10. об омолаживающей, корректирующей косметике
11. о снижении веса
12. о корректирующем белье
- 13.. Другое _____

5. Какую активность Вы проявляете в сетевых сообществах?
(отметьте, пожалуйста, все возможные варианты ответа)

1. читаю информацию
2. смотрю фотографии, видео
3. выкладываю фотографии
4. пишу комментарии

Продолжение приложения Б

5. веду блог
6. делюсь проблемами
7. даю советы, рекомендации
8. общаюсь /знакомлюсь с друзьями
9. Другое _____

6. Доверяете ли Вы информации из социальных сетей?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Да, я полностью доверяю информации из социальных сетей
2. Доверяю информации частично
3. Доверяю лишь малой части информации
4. Нет, абсолютно не доверяю информации из социальных сетей

7. Оцените, пожалуйста, значимость внешнего вида для достижения Вами
жизненных целей?

(«5 баллов» – высокая значимость, «1 балл» – низкая значимость)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Существуют ли стандарты тела, которых Вы хотели бы достичь?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. да, существуют
2. нет не существуют

9. Как Вы думаете, для чего в обществе распространяют информацию о
стандартах, идеалах внешнего вида? (выберите, пожалуйста, не более 5-х вариантов)

1. для распространения здорового образа жизни
2. для того, чтобы люди следовали моде
3. для роста популярности физкультуры и спорта
4. для рекламы брендов косметики, одежды
5. для продления молодости
6. для увеличения продаж биодобавок, лекарства
7. для повышения популярности актеров, спортсменов, телеведущих

Продолжение приложения Б

8. для рекламы медицинских технологий по коррекции тела

9. затрудняюсь ответить

Другое _____

10. Охарактеризуйте свой вес в соответствии с ростом и весом?

Пожалуйста, посчитайте по формуле: масса тела в кг разделить на рост в метрах в квадрате $V/(P*P)$. Пример: $55 \text{ кг} / 1.7 \text{ м} * 1.7 \text{ м} = 19.03$.

(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Нормальный вес (18.5- 24.9)

2. Избыточный вес (25.0 и более)

3. Недостаточный вес (менее 18.5)

11. Оцените, насколько Вы удовлетворены следующими личными состояниями:

(«5 баллов» – полностью удовлетворен, «1 балл» – не удовлетворен) (отметьте, пожалуйста, ответ в каждой строке)

1. Здоровье _____ (укажите количество баллов)

2. Физическая форма (вес, мышцы) _____ (укажите количество баллов)

3. Состояние кожи _____ (укажите количество баллов)

4. Телосложение _____ (укажите количество баллов)

5. Вес _____ (укажите количество баллов)

12. Какие способы создания привлекательного внешнего вида, которые рекомендует Интернет, Вы используете? (отметьте, пожалуйста, все возможные варианты ответа)

1. Комплексы упражнений

2. Способы питания для наращивания мышц

3. Диеты для контроля веса

4. Советы по уходу за кожей (маски, массажи)

5. Выбор продуктов для здорового питания

Продолжение приложения Б

6. Психологические тренинги
7. Покупка и использование тренажеров
8. Рецепты народной медицины
9. Рекомендации по макияжу, визажу
10. Не использую рекомендации из Интернета
11. Другое(укажите, что именно) _____

13. Как часто Вы выкладываете собственные фотографии в Интернет?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. практически ежедневно
2. два-три раза в неделю
3. раз в две-три недели
4. несколько раз в год
5. Крайне редко
6. Не выкладываю фотографии в интернет

14. Пользуетесь ли Вы специализированными программами по обработке фотографий, перед тем как выкладывать их в интернет (VSCO, Photoshop, инстаграм-фильтры и тд?) (отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Да, пользуюсь на каждой фотографии
2. Пользуюсь периодически
3. Пользуюсь очень редко
4. Не пользуюсь

15. Как соотносится образ на фотографиях с Вашим внешним видом в реальности?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Лучше, чем в реальности
2. Полностью совпадает
3. Хуже, чем в реальности
4. Затрудняюсь ответить

Продолжение приложения Б

5. Другое (укажите, что именно) _____

16. Важно ли для Вас одобрение выкладываемой фотографии (количество лайков)?
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Да, важно
2. Слежу за количеством лайков, но для меня это не сильно важно
3. Нет, совсем не важно

17. Ваш пол:

1. Мужской
2. Женский

18. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст: _____

19. Укажите, пожалуйста, уровень Вашего образования:
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Окончил школу
2. Окончил училище (лицей)
2. Окончил техникум, колледж
3. Окончил ВУЗ

20. Оцените материальное положение Вашей семьи:
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываем)
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)
5. Очень трудное (едва сводим концы с концами)

21. Ваше семейное положение
(отметьте, пожалуйста, только один вариант ответа)

Продолжение приложения Б

1. Холост/ не замужем
2. Женат/замужем
3. Живем вместе, но официально не состоим в браке
4. Разведен/ разведена

Спасибо за участие!

Приложение В

Таблицы прямых распределений

Таблица В. 1 – Таблицы прямых распределений

	данные по общему массиву	данные по подмассиву : юноши	данные по подмассиву : юноши %	данные по подмассиву : девушки	данные по подмассиву : девушки %
1. Как часто Вы пользуетесь интернетом?					
1. ежедневно	198	98	98	100	100
2. один раз в два-три дня	0	0	0	0	0
3. раз в неделю	0	0	0	0	0
4. раз в месяц	2	2	2	0	0
5. не пользуюсь интернетом	0	0	0	0	0
2. Какими социальными сетями Вы пользуетесь?					
1. Вконтакте	200	100	100	100	100
2. Facebook	8	6	6	2	2
3. Instagram	162	66	66	96	96
4. Snapchat	14	2	2	12	12
5. Twitter	28	8	8	20	20
6. Tik-Tok	60	30	30	30	30
7. Like	2	0	0	2	2
8. Не пользуюсь	0	0	0	0	0
3. Сколько времени в день Вы проводите в социальных сетях?					
1. Менее 30 минут	2	0	0	2	2
2. 30 мин- 2 часа	34	20	20	14	14
3. 2- 4 часа	58	34	34	24	24
4. 4-8 часа	72	40	40	32	32
5. 8-12 часов	24	4	4	20	20
6. Более 12 часов	10	2	2	8	8
7. 1-2 раза в неделю	0	0	0	0	0
4. Какие новости/видео о преобразовании внешности (тела) Вам интересны?					
1. о декоративной косметике и ее нанесении	66	4	4	62	62
2. о спортивном преобразовании тела (виды тренировок, соревнования)	106	46	46	60	60
3. о пластической хирургии	12	8	8	4	4
4. о диетах	38	10	10	28	28
5. о биологических добавках	6	2	2	4	4
6. о лекарственных средствах	18	4	4	14	14

Продолжение приложения В

Продолжение таблицы В.1

7. об электронных технологиях создания образа в сети	24	14	14	10	10
8. о массаже	30	22	22	8	8
9. о возрастных изменениях, их преодолении	28	8	8	20	20
10. об омолаживающей, корректирующей косметике	10	2	2	8	8
11. о снижении веса	64	20	20	44	44
12. о корректирующем белье	0	0	0	0	0
13. Другое _____	22	18	18	4	4
5. Какую активность Вы проявляете в сетевых сообществах?					
1. читаю информацию	198	98	98	100	100
2. смотрю фотографии, видео	172	84	84	88	88
3. выкладываю фотографии	90	28	28	62	62
4. пишу комментарии	56	28	28	28	28
5. веду блог	10	2	2	8	8
6. делюсь проблемами	16	8	8	8	8
7. даю советы, рекомендации	16	12	12	4	4
8. общаюсь /знакомлюсь с друзьями	122	48	48	74	74
9. Другое _____	0	0	0	0	0
6. Доверяете ли Вы информации из социальных сетей?					
1. Да, я полностью доверяю информации из социальных сетей	0	0	0	0	0
2. Доверяю информации частично	96	46	46	50	50
3. Доверяю лишь малой части информации	98	48	48	50	50
4. Нет, абсолютно не доверяю информации из социальных сетей	6	6	6	0	0
7. Оцените, пожалуйста, значимость внешнего вида для достижения Вами жизненных целей?					
1	4	2	2	2	2
2	26	18	18	8	8
3	34	14	14	20	20
4	98	54	54	44	44
5	38	12	12	26	26
Среднее	3,7	3,56		3,84	
8. Существуют ли стандарты тела, которых Вы хотели бы достичь?					
1. да, существуют	148	74	74	74	74
2. нет не существуют	52	26	26	26	26

Продолжение приложения В

Продолжение таблицы В.1

9. Как Вы думаете, для чего в обществе распространяют информацию о стандартах, идеалах внешнего вида?					
1. для распространения здорового образа жизни	10	46	46	54	54
2. для того, чтобы люди следовали моде	78	32	32	46	46
3. для роста популярности физкультуры и спорта	66	28	28	38	38
4. для рекламы брендов косметики, одежды	118	48	48	70	70
5. для продления молодости	20	12	12	8	8
6. для увеличения продаж биодобавок, лекарства	72	32	32	40	40
7. для повышения популярности актеров, спортсменов, телеведущих	32	14	14	18	18
8. для рекламы медицинских технологий по коррекции тела	64	30	30	34	34
9. затрудняюсь ответить	8	4	4	4	4
Другое _____	12	8	8	4	4
10. Охарактеризуйте свой вес в соответствии с ростом и весом?					
1. Нормальный вес (18.5- 24.9)	146	72	72	74	74
2. Избыточный вес (25.0 и более)	34	18	18	16	16
3. Недостаточный вес (менее 18.5)	20	10	10	10	10
11. Оцените, насколько Вы удовлетворены следующими личными состояниями:					
11.1. Здоровье					
1	2	2	2	0	0
2	10	4	4	6	6
3	64	34	34	28	28
4	100	50	50	50	50
5	26	10	10	16	16
Среднее	3,72	3,62		3,8	
11.2. Физическая форма					
1	8	2	2	6	6
2	30	18	18	12	12
3	66	40	40	26	26
4	82	34	34	48	48
5	14	6	6	8	8
Среднее	3,32	3,24		3,4	
11.3 Состояние кожи					
1	0	0	0	0	0

Продолжение приложения В

Продолжение таблицы В.1

2	36	12	12	24	24
3	68	36	36	32	32
4	66	34	34	32	32
5	34	18	18	16	16
Среднее	3,55	3,58		3,52	
11.4. Телосложение					
1	10	4	4	6	6
2	18	8	8	10	10
3	58	44	44	14	14
4	86	38	38	48	48
5	28	6	6	22	22
Среднее	3,52	3,34		3,7	
11.5. Вес					
1	12	0	0	12	12
2	14	8	8	6	6
3	74	46	46	28	28
4	62	30	30	32	32
5	38	16	16	22	22
Среднее	3,5	3,54		3,46	
12. Какие способы создания привлекательного внешнего вида, которые рекомендует Интернет, Вы используете?					
1. Комплексы упражнений	114	58	58	56	56
2. Способы питания для наращивания мышц	26	16	16	10	10
3. Диеты для контроля веса	32	14	14	18	18
4. Советы по уходу за кожей (маски, массажи)	52	0	0	52	52
5. Выбор продуктов для здорового питания	48	12	12	36	36
6. Психологические тренинги	28	6	6	22	22
7. Покупка и использование тренажеров	8	2	2	6	6
8. Рецепты народной медицины	6	2	2	4	4
9. Рекомендации по макияжу, визажу	24	0	0	24	24
10. Не использую рекомендации из Интернета	46	36	36	10	10
11. Другое(укажите, что именно)	0	0	0	0	0
13. Как часто Вы выкладываете собственные фотографии в Интернет?					
1. практически ежедневно	2	0	0	2	2
2. два-три раза в неделю	16	0	0	16	16
3. раз в две-три недели	58	20	20	38	38

Продолжение приложения В

Продолжение таблицы В.1

4. несколько раз в год	56	34	34	22	22
5. Крайне редко	58	42	42	16	16
6. Не выкладываю фотографии в интернет	10	4	4	6	6
14. Пользуетесь ли Вы специализированными программами по обработке фотографий, перед тем как выкладывать их в интернет (VSCO, Photoshop, инстаграм-фильтры и тд?)					
1. Да, пользуюсь на каждой фотографии	26	6	6	20	20
2. Пользуюсь периодически	50	12	12	38	38
3. Пользуюсь очень редко	52	26	26	26	26
4. Не пользуюсь	72	56	56	16	16
15. Как соотносится образ на фотографиях с Вашим внешним видом в реальности?					
1. Лучше, чем в реальности	26	8	8	18	18
2. Полностью совпадает	142	82	82	60	60
3. Хуже, чем в реальности	8	6	6	2	2
4. Затрудняюсь ответить	24	4	4	20	20
5. Другое (укажите, что именно)	0	0	0	0	0
16. Важно ли для Вас одобрение выкладываемой фотографии (количество лайков)?					
1. Да, важно	16	4	4	12	12
2. Слежу за количеством лайков, но для меня это не сильно важно	114	50	50	64	64
3. Нет, совсем не важно	70	46	46	24	24
17. Ваш пол:					
1. Мужской	100	100	100	0	0
2. Женский	100	0	0	100	100
18. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:					
19. Укажите, пожалуйста, уровень Вашего образования:					
1.Окончил школу	92	44	44	48	48
2. Окончил училище (лицей)	4	2	2	2	2
2.Окончил техникум, колледж	30	24	24	6	6
3.Окончил ВУЗ	74	30	30	44	44
20. Оцените материальное положение Вашей семьи:					
1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываем)	12	10	10	2	2
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)	52	20	20	32	32
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)	120	68	68	52	52
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)	16	2	2	14	14

Продолжение приложения В

Продолжение таблицы В.1

5. Очень трудное (едва сводим концы с концами)	0	0	0	0	0
21. Ваше семейное положение					
1. Холост/ не замужем	154	88	88	66	66
2. Женат/замужем	20	6	6	14	14
3. Живем вместе, но официально не состоим в браке	24	6	6	18	18
4. Разведен/ разведена	2	0	0	2	2

Приложение Г
Вопросы к интервью

- Много ли времени Вы проводите в Интернете? Опишите вашу активность там.
- Какими темами Вы интересуетесь в Интернет-сообществах?
- Знаете ли Вы о существовании интернет ресурсов (youtube каналы, сайты, сообщества и т.д.) о телосложении? Если да, то какие?
- Как Вы думаете, кто (что) в большей степени влияет на формирование у людей представлений (мнений) о привлекательном человеческом теле?
- Расскажите про ваше телосложение.
- Довольны ли Вы своим телом, внешним видом?
- Что Вы делаете для достижения поставленных целей, связанных с телом?
- Какие методы используете, чтобы добиться желаемого телосложения?
- Есть ли у Вас в социальных сетях определенный образ, которого Вы придерживаетесь?
- Насколько важен для Вас образ в социальных сетях? Почему?
- Как Вы считаете в Интернет-сообществах есть ли норма, стереотип по образу человеческого тела? Если да, то каким оно должно быть?
- Выкладываете ли Вы фотографии в социальные сети? Перед тем как их выложить, обрабатываете ли Вы их в специализированных программах? Если да, то опишите, что для Вас важно в обработке.
- Ждете ли Вы реакции на выкладываемые вами материалы? Следите за комментариями и количеством лайков? Если да, то почему?
- Существует ли для Вас идеал телосложения и внешнего вида? Опишите его.

Приложение Д

Стенограмма интервью

Много ли времени Вы проводите в Интернете? Опишите вашу активность там.	
Елизавета	Можно сказать, что да, я много времени провожу в интернете. Это связано со многими факторами, и как просто времяпрепровождение досуга и в связи с работой. Сейчас пандемия и вся работа перешла в интернет, приходится много времени проводить за компьютером. А когда отдыхаю, я провожу время в социальных сетях, как Инстаграмм, Вконтакте и Тик-Ток. Так же смотрю сериалы и кино.
Марина	Да, много. Больше всего сижу в социальных сетях. Общаюсь с друзьями, читаю там новости. Смотрю различные видеоролики на Ютубе, в особенности тренировки и развлекательные видео. Также я часто заказываю в различных интернет магазинах, и на выбор того или иного товара уходит много времени.
Анастасия	Да, я считаю, что я все-таки много времени провожу в интернете. Как проснулась, открываю телефон, просматриваю ленту, сообщения. Потом работаю я на компьютере, соответственно с интернетом.
Александра	Да, я достаточно много времени провожу в интернете. Первая активность, то, что я работаю через интернет. Вторая моя активность это социальные сети, так общение с людьми в социальных сетях и мониторинг новостей.
Сергей	Конечно! Сейчас, все проводят много времени в интернете. Можно сказать, что вся жизнь уже там. Моя активность в основном заключается в проверке социальных сетей, написал ли мне кто, и чтение новостей на спортивных сайтах, как спортс.ру. Также смотрю видео на ютубе. Есть любимые каналы там, которые смотрю часто и по мере выхода видеороликов.
Антон	Много провожу времени в интернете. Так как я учусь и стажируюсь сейчас на программиста, делаю сайты. После учебы/работы, также провожу время в интернете чтобы отдохнуть. Могу посмотреть фильм, сериал или пообщаться в социальных сетях. Также периодически играю в онлайн игры.
Александр	Много времени я сижу в интернете. В основном время провожу в социальных сетях.
Владимир	Да, я думаю, что я много времени провожу в интернете. В основном я отдыхаю в социальных сетях.
Какими темами Вы интересуетесь в Интернет-сообществах?	
Елизавета	Мне интересно читать новости своего города. Часто захожу на публичную страницу «Тольятти», чтобы быть в курсе того, что происходит в жизни города. Также читаю новости своего университета ТГУ. В социальных сетях, чтобы развлечься смотрю смешные видео и картинки (мемы).
Марина	Интересуюсь похудением. Поэтому часто читаю о различных диетах и тренировках. Также мне интересна психология, различные тесты, книги и тренинги.
Анастасия	Совершенно разными. В основном развлекательными темами, чтобы развлечься. Люблю смотреть сериалы и различные интересные видео на Ютубе.

Александра	Я интересуюсь темами в интернет сообществах связанные с экологией, еще люблю темы связанные с разными научными фактами, которые происходят на нашей планете, с природными явлениями какими-то. Также я интересуюсь инвестициями. Еще темы связанные с красотой, бьюти сфера, макияж. Темы связанные со спортом и питанием, и психология!
Сергей	Мне интересен спорт во всех его проявлениях. В особенности все темы связанные с футболом.
Антон	В последнее время интересуюсь новостями страны и города, а также развлекательными материалами, чтобы отдохнуть, чтобы мозг расслабился. Также много читаю и развиваюсь в своей специальности по созданию веб-сайтов.
Александр	Интересует в основном юмор.
Владимир	Смешные видео и моделирование.
Знаете ли Вы о существовании интернет ресурсов (youtube каналы, сайты, сообщества и т.д.) о телосложении? Если да, то какие?	
Елизавета	Да, я знаю о их существовании. Их достаточно много на youtube, периодически мне высвечиваются в рекомендациях. Но если честно, я сама на них не подписана, и поэтому не помню названий.
Марина	Да, конечно знаю. Есть группы в социальной сети Вконтакте, как «спортхакерша», «40 килограмм», также на ютубе много видео различных тренировок по преобразованию тела, я ими пользуюсь.
Анастасия	Да, я знаю интернет-ресурсы о телосложении. Сейчас это достаточно актуальная тема. Идет тенденция на красивое тело. Очень много девушек создают страницы в инстаграмм, где выкладывают фото с тренировок и просто красивые фото их тела. Знаю о проекте «Сушка» и похожие на него. Также есть много ютуб каналов, повествующие о теле.
Александра	Именно ютуб каналы я не знаю, а сообщества, это разные блогеры, которые занимаются спортом. Это фитнес-блогеры, фуд-блогеры, их много разных, я даже не смогу перечислить, и не смогу сказать, что именно вот этот хорош. Просто знаю, что их много, но я лично на них не подписана.
Сергей	Знаю. В основном спортивные, тот же спортс.ру, а нем много о телосложении.
Антон	По развитию тела, первое, что приходит на ум популярный ютуб канал «Бодимания».
Александр	Уверен, что интернет-ресурсов про телосложение очень много. Но сам я лично не интересуюсь данным направлением, поэтому какие именно назвать не могу.
Владимир	Да знаю, но не смотрю их.
Как Вы думаете, кто (что) в большей степени влияет на формирование у людей представлений (мнений) о привлекательном человеческом теле?	
Елизавета	Всё зависит от самого человека. В идеале было бы, если бы он сам формировал свое мнение о себе, не основываясь на другие. Но кому не будет приятно, если ему скажут пару комплиментов о его внешности? Поэтому я считаю, что формирует все общественное сознание.
Марина	Конечно мода. Тренды.
Анастасия	Я думаю СМИ, тот же интернет. Они диктуют, что сейчас модно и как нужно жить.

Александра	На мой взгляд, влияние на формирование у человека представлений о привлекательном человеческом теле формируется общество и какими-то его личными взглядами на противоположный пол, возможно, на друзей. Например, с кем приятнее общаться, с кем нет, почему, что и как. Формирует общество и его взгляды, я считаю, это два основных фактора.
Сергей	Общественное мнение. Все люди во вокруг. Да те же СМИ, инстаграмм, где смотришь фотографии одних моделей.
Антон	Фильмы, показы мод, соревнование Мисс Вселенная. Люди смотрят и стараются подражать звездам.
Александр	Пропаганда ЗОЖ сейчас везде, я думаю именно она и влияет. Спортивное тело слишком сексуализируют.
Владимир	Средства массовой информации.
Расскажите про Ваше телосложение.	
Елизавета	Я бы описала себя так: «ни рыба, ни мясо». То есть я и не толстая, но и не худая.
Марина	Свое телосложение я охарактеризовала бы, как здоровое. Но все-равно считаю себя немного в теле. Верхняя часть туловища имеет лишний вес, особенно щеки.
Анастасия	Конечно, описать себя достаточно трудно. Если стандартными характеристиками, то рост 170 сантиметров, вес 52 килограмма. Достаточно худая, но я занимаюсь спортом. Но в тоже время мое тело не накачено, нет рельефа.
Александра	Мое телосложения, я худая, стараюсь заниматься фитнесом и держать свое тело в тонусе.
Сергей	Если честно сложно описать себя. У меня есть фитнес-браслет, он пишет мне, что у меня телосложение с небольшим лишним весом.
Антон	Я бы сказал, в меру упитанное.
Александр	Моё телосложение толстый дрищ, ручки как нитки, живот как у бегемота.
Владимир	Я достаточно худой, это у меня от природы. я бы даже хотел потолстеть, но не получается.
Довольны ли Вы своим телом, внешним видом?	
Елизавета	Нет. Но скажу честно. Раньше я весила на 10 кг меньше и тоже была недовольна. Все это недовольство связано не с весом, а просто из-за не любви к себе. Поэтому я стараюсь полюбить себя такой, какая я есть.
Марина	Нет, я бы хотела похудеть на 4 кг. И подкачать свое тело, в основном ягодичицы и пресс.
Анастасия	Относительно. Само тело меня устраивает, но мне не нравится мое лицо, моя кожа. Не нравится, что плечи на разном уровне.
Александра	В целом я довольна своим телом и внешним видом. Я очень стараюсь и недавно я пришла к весу, который меня устраивает. И в целом я занимаюсь своей внешностью, поэтому да, я довольна.
Сергей	Немного не доволен. Как раз тот небольшой лишний вес мне и не нравится. Остальное все нравится.
Антон	Недоволен только своим животиком. А остальные в принципе доволен.
Александр	Доволен, пока не начинаю сравнивать себя с другими.
Владимир	Относительно.
Что Вы делаете для достижения поставленных целей, связанных с телом?	
Елизавета	Раньше много что делала. Пила много воды, делала зарядку, не ела после

	18, ходила в качалку. Я всегда переживала по поводу веса. Всегда себя ограничивала. Но в итоге ещё больше набрала.
Марина	Иногда тренируюсь. Не ем майонез, не пью газировку, не ем чипсы, стараюсь не есть фаст фуд.
Анастасия	Занимаюсь спортом. Стараюсь больше пить воды и меньше есть вредной еды.
Александра	Я хожу в спорт зал. Стараюсь более менее фильтровать свое питание. Не есть больше, чем мне нужно. И касательно внешности, я ухаживаю за своей кожей, за волосами в целом. То есть я занимаюсь уходом и контролем всех воздействий на своей тело.
Сергей	Кофе стал без сахара пить. Отказался от сладкого. Стал больше ходишь, иногда бегаю. Не ем поздно, да и в принципе стараюсь меньше есть.
Антон	Стараюсь регулярно качать пресс, много ходить. Купит турник, хочу дома повесить, чтобы с ним заниматься.
Александр	Когда ломается лифт занимаюсь спортивным подниманием на 7 этаж с тяжестью в виде меня 90кг.
Владимир	Хожу на работу. Она у меня физическая.
Какие методы используете, чтобы добиться желаемого телосложения?	
Елизавета	Сейчас стараюсь использовать метод правильного питания.
Марина	Катаюсь на велосипеде, поднимаюсь по лестнице пешком, также ходу пешком с любых мест домой по 4 км выходит.
Анастасия	Спорт.
Александра	Спорт и уход за собой.
Сергей	Использую метод контрастного похудения.
Антон	Спортивные тренировки в основном.
Александр	Такие же как и в предыдущем вопросе.
Владимир	Мало ем.
Есть ли у Вас в социальных сетях определенный образ, которого Вы придерживаетесь?	
Елизавета	Образа нет. Я там такая, какая есть. Стараюсь просто не демонстрировать то, как отдыхаю с друзьями. Так как я учитель, да и зачем другим об этом знать. И конечно без мата все.
Марина	У меня нет никакого образа в социальных сетях, так как я не очень люблю делиться всем, что происходит у меня в жизни. Изредка, могу выложить фотографии или видео.
Анастасия	Скорее нет, я выкладываю свои обычные фотографии. Пишу в последнее время мало.
Александра	Я не могу сказать, что у меня есть какой-то конкретный образ, которого я придерживаюсь в социальных сетях. Это скорее просто трансляция себя настоящую и все, те у меня нет конкретного образа.
Сергей	Образ любящего мужа. В основном выкладываю истории, где меня отметили, так как у меня старый телефон сам не могу снимать.
Антон	Нет никакого образа, которого я бы придерживался. Мне это ни к чему.
Александр	Нету.
Владимир	Нет. Сетевые сети нужны мне больше для отдыха и просмотра видео.
Насколько важен для Вас образ в социальных сетях? Почему?	
Елизавета	Образ не важен. Просто отношусь с уважением к остальным.
Марина	Не особо важен, но я не выставляю фотографии, где я плохо выгляжу, поэтому в моих аккаунтах чаще появляются фотографии природы, других людей и так далее.

Анастасия	Скорее не очень важен, хотя я сама по себе достаточно зависима от общественного мнения. Если я кому-то не понравлюсь меня это расстраивает, хотя я понимаю что нравится всем не возможно и нужно менять данное отношение.
Александра	Для меня не важен образ в социальных сетях. Гораздо важнее другое. Первое, что мне приходит в голову, это когда происходит знакомство с человеком, посредством социальных сетей. Ты смотришь на его аккаунт и можешь примерно представить, какой это человек, как с ним общаться, какие интересы и увлечения. И вот гораздо важнее, что бы просто эти данные совпадали! Этот образ и сам человек. И вот, ты приходишь на встречу с человеком, с которым познакомился в социальной сети и его образ совершенно не соответствует действительности. Это очень грустно. Мне кажется быть настоящим это гораздо важнее.
Сергей	Мне не важно. Где-то на 27 процентов.
Антон	Для меня это совсем не важно, я делаю образ обычного человека, которым я и являюсь.
Александр	Мой образ в социальных сетях меня не сильно волнует.
Владимир	Образ в социальных сетях, для меня не очень важен.
Как Вы считаете в Интернет-сообществах есть ли норма, стереотип по образу человеческого тела? Если да, то каким оно должно быть?	
Елизавета	Конечно, есть. У девушки должно быть худое телосложение, пресс, накаченные ягодицы. У мужчин красивый торс.
Марина	Да конечно. У девушки это выделенные скулы, длинные прямые волосы, тонкий нос, очень пухлые губы, большая грудь, большая попа, тонкая талия. Длинные ноги. У мужчин накаченное тело, спортивное: пресс, сильные руки, мощные ноги. Не волосатое и загорелое тело.
Анастасия	Да, конечно есть. у девушек это стандартно стройное тело, длинные волосы, красивая без изъянов кожа, многие еще смеются, что все похожи и потеряли индивидуальность. У мужчин это накаченное-рельефное тело.
Александра	Стереотип определенно есть. Но сейчас активно пропагандируется боди-позитивизм и принятием себя таким как ты есть. Но все-таки придерживаются более стройный, подтянутых и красивых фигур.
Сергей	Да, в интернет сообществах в основном представлены девушки с грудью и попой, обязательно открытой.
Антон	В интернете много разных образов и нет, каких-то стандартных. Сейчас есть тенденция – любить своё тело таким, каким оно есть. Параллельно ей также есть тенденция на подкаченное и стройное тело.
Александр	Думаю что есть. Не могу его описать. У всех разные представления.
Владимир	Конечно есть! Стройные девушки с красивым телом и формами. У мужчин это обязательно накаченное тело.
Выкладываете ли Вы фотографии в социальные сети? Перед тем как их выложить, обрабатываете ли Вы их в специализированных программах? Если да, то опишите, что для Вас важно в обработке.	
Елизавета	Выкладываю и довольно таки часто. Практически не обрабатываю. Могу наложить фильтр, чтобы цвета улучшить и качество. Для меня главное, чтобы фото понравилось мне сразу без обработки.
Марина	Выкладываю, но крайне редко. У меня нет таких программ, я не умею, да и не люблю. Но при этом мне нравится в меру обработанные фотографии.
Анастасия	Да, выкладываю. Социальная сеть инстаграмм сейчас одна из самых

	популярных. Но обрабатываю фотографии я редко, если только просто фильтры, которые встроены сразу в социальную сеть.
Александра	Да, конечно, я выкладываю фотографии в социальные сети. Я их обрабатываю, делаю цветокоррекцию. Потому что я достаточно близка к теме фотографии, естественно я ретуширую их, та же цветокоррекция, коррекция мелких деталей. Да соответственно программами я тоже разными пользуюсь.
Сергей	У меня плохой телефон, даже если бы хотел, не получилось бы. Получается, что выкладываю редко. Обрабатывать мне лень.
Антон	Когда выкладываю фотографии в социальные сети, я их не обрабатываю. Наверно, из-за того, что это занимает много времени. Да и к чему все это.
Александр	Выкладываю, но не обрабатываю фотографии.
Владимир	Выкладываю периодически, но без обработки.
Ждете ли Вы реакции на выкладываемые Вами материалы? Следите за комментариями и количеством лайков? Если да, то почему?	
Елизавета	Нет. Не слежу. А зачем? Для меня фотографии в социальных сетях – это современный фотоальбом. Конечно, когда оценивают это приятно.
Марина	Да, я жду много лайков и хороших комментариев. За комментариями слежу, за лайками не так. Если выкладываю истории в инстаграмм, очень редко смотрю, кто их смотрел. Но обратную связь получить хочется.
Анастасия	Да, я слежу, сколько лайков набрала моя фотография. Сколько просмотров у моих историй.
Александра	В целом нет, я не слежу за комментариями и лайками. Если мне оставили хорошие комментарии и оценили фотографии это здорово, мне приятно. Как-никак это обратная связь. Реакцию я не жду. Я могу только ждать реакцию, если выкладываю фото или историю с определенным посылом, для некоторых людей, и жду как они отреагируют, и он тоже это поймут.
Сергей	Да, я слежу за количеством лайков, но мне просто интересно.
Антон	Нет, мне это совершенно не важно. Кто на меня подписан в социальных сетях это мои друзья, и они меня знают. Если я выложил фотографии, я и без одобрения понимаю, что она крутая. А если ее и пролайкали, это просто как маленький бонус.
Александр	Слежу за лайками и комментариями, интересно кто вообще ещё меня лайкает и тем более комментирует.
Владимир	Не, для меня это неважно.
Существует ли для Вас идеал телосложения и внешнего вида? Опишите его.	
Елизавета	Идеал есть. Тот, который я описала в одном из предыдущих вопросов. Но я хочу полюбить себя и такой. Прежде чем что-то менять.
Марина	Идеал у женщин – чтобы была ростом 175, чистая кожа, ухоженная, ничего не накачивала себе, естественная, спортивная. У мужчин – это футболист Криштиану Роналду и киноактер Марио Касас.
Анастасия	Да, идеал, конечно, есть. Если можно привести пример, то из девушек это Дженифер Энистон. А у мужчин Криштиану Роналду.
Александра	Идеал телосложения и внешнего вида, для меня это когда человек ухоженный и хорошо выглядит. Те это касается одежды, тела, лица, волос и так далее. Чтобы было видно, что человек за собой следит. Мне не комфортно находиться рядом с неухоженными и толстыми людьми. А с подтянутыми, худыми и стройными людьми в целом ухоженными мне комфортно. Но! Ухоженный человек не равно худой! Он может быть в

	теле, но выглядеть он может настолько здорово и настолько быть обаятельным, потому что он находится в своем теле и ему от этого комфортно. А есть, например, толстые люди, которым самих это не устраивает, но и менять ничего не хотят. Таким людям самим не комфортно и это ощущается. И людям рядом также становится не комфортно.
Сергей	Как Любовь Аксенова и Джесика Альба – это женский идеал. А из мужчин, наверное, гимнаст Никита Нагорный.
Антон	Ну, наверное, это накаченный человек, но не слишком. Чтоб был красиво рельефным.
Александр	Наверное, телосложение человека, который ведёт активный образ жизни, но не качается в привычном понимании. Гармоничное телосложение.
Владимир	Да, спортивное красивое тело. Симпатичное лицо.