

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

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Социология»

(наименование кафедры)

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки, специальности)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Спортивная мужская телесность в медиапространстве российского общества»

Студент

А.А. Мироненко

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Ю.А.Крикунова

канд.социол.наук, доцент кафедры

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой

д-р социол. наук, профессор Т. Н. Иванова

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

(личная подпись)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Тольятти 2018

Аннотация

Название представленной выпускной квалификационной работы: «Спортивная мужская телесность в медиапространстве российского общества». **Целью бакалаврской работы** является анализ особенностей образа спортивной мужской телесности в медийном пространстве современных российских СМК. **Объектом настоящего исследования** является мужская телесность в современном российском обществе. **Предмет исследования** – спортивная мужская телесность в медийном пространстве современной России. 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 основные теоретики социологии телесности. Во втором параграфе первой главы влияние СМК на формирование образов и смыслов в отношении спортивной мужской телесности.

Глава II содержит практическую часть выпускной квалификационной работы. В первом параграфе второй главы представлен сравнительный анализ отношения мужчин и женщин, молодежи и старшего поколения к образам спортивной мужской телесности при помощи количественного метода опроса – анкетирования. Во втором параграфе второй главы представлен анализ изучения средств массовой коммуникации по проблематике телесности и спорта, включая контент-анализ видеоресурса «Bodymania».

В заключении приведены основные выводы и результаты проведенного исследования.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Теоретико-методологические основы анализа спортивной телесности в социологии	10
1.1. Телесность и спорт в философских и социологических теориях	10
1.2. Современное медиапространство как способ конструирования смыслов и образов.....	17
Глава 2. Качественные и количественные показатели отношения индивидов к образам спортивной мужской телесности в массмедийном пространстве России.....	24
2.1. Социальные представления о спортивной мужской телесности: гендерные и когортные различия	24
2.2. Спортивная мужская телесность в медиапространстве России: анализ Интернет-ресурсов	34
Заключение	41
Список используемой литературы и источников:	43
Приложение 1	47
Приложение 2	53
Приложение 3	58
Приложение 4	70

Введение

Актуальность темы исследования. 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. Социологическая мысль фиксирует всплеск заинтересованности человека своим телом: меняется восприятие человеком особенностей его строения, «наличного» и будущего состояния и возможностей телесных самопрезентаций в реальной и виртуальной средах¹. Закладывается новый тип мышления, связанный с повышением ценности человеческой индивидуальности в современном мире, осознанием своего тела как способа самовыражения². 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.

Медиа пространство регулирует почти все стороны общественной жизни, пронизывая и оказывая влияние на каждого индивида. СМИ сегодня – это средство для формирования мировоззрения, ценностей, ориентаций,

¹ Эпштейн М. Тело на перекрестке времен. К философии осязания // Вопросы философии. – 2005. – № 8. – С. 66-80.

² Рыбалова Т.В. Понятие о телесности в гуманитарных науках // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2008. – №5. – С.216-221.

духовных потребностей людей. Посредством масс-медиа происходит навязывание тех или иных идеалов, в особенности представлений о телесности³.

В настоящее время «медийным абсолютом» является мускулинное и обнажённое тело, которое распространено повсеместно: реклама, телевидение, кинематограф, интернет, социальные сети. Такое внешнее содержание приобретает статус нормы, вытесняя чувство стыда по обнажению собственного тела⁴. Телесное несовершенство, какое-либо отхождение от «медийного идеала», побуждает индивидов прибегать к различным способам модификации себя. На сегодняшний день спортивная деятельность является основным элементом в конструировании телесности. Система, образуемая из спорта, физической культуры и здорового питания, является мощным социально-одобренными инструментом преобразования тела человека. Однако, масс-медиа способны к фальсификации ценностей людей в отношении к спортивной деятельности.

Для достижения «идеального» телосложения за краткосрочный период существуют фармацевтические вакцинации, диетарные практики, пластическая хирургия. Вышеупомянутые программы-преображения популяризируют форму быстродействующих практик как самого эффективного способа по достижению нужного результата.

При этом в мире набирает популярность более осмысленный подход к своему телу, который отсылает нас к здоровому питанию и физическим нагрузкам и относится к числу долговременных способов, результат, которого эквивалентен. Статистика Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) свидетельствует: «С каждым годом все больше россиян занимаются спортом, за три года показатель вырос с 61% в 2015 г. до 79% в 2018 г. Доля физически активных граждан заметно выше

³ Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Проблемы конструирования реальности в процессах массовой коммуникации: гипотеза «agenda-setting» // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – Екатеринбург, 1999. – Вып. 1. – С. 12-15.

⁴ Jasquet J. Is shame necessary? New Uses for an Old Tool. – 2015. – P. 30-37.

среди 18-24-летних (92%), в сравнении с людьми пенсионного возраста (66%)»⁵.

Мужчины более ориентированы на спортивный образ жизни в целях достижения телесного совершенства. По потребностям создаются исключительные для мужской половины населения тренировочные залы и тренажерные клубы. Тело является сегодня отражением личности мужчины, его достижением, выражение внутренних моральных и индивидуальных убеждений. В настоящее время тип мужчины ориентирован на всеобщую «любовь». Быть привлекательным, иметь общественное признание является значимой ценностью для обыденной жизнедеятельности мужчины.

Образ спортивного тела мужчины продиктован средствами массовой информации. Молодое поколение юношей заинтересовано и мотивированно к мускульному телосложению с ранних лет.

Степень разработанности проблемы. Проблема мужской спортивной телесности сопряжена одновременно с несколькими исследовательскими направлениями: проблематизация телесности, мужской привлекательности, ценностные аспекты тепловосприятия и вопросы, связанные с социокультурными аспектами спорта. 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 ключе⁶. 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».

⁵ Здоровый образ жизни: мониторинг. – ВЦИОМ. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9001> (Дата обращения: 25.05.2018г.).

⁶ Фуко М. Рождение клиники. – М.: Смысл, 1998. – С. 177-180.

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 – анализ особенностей образа спортивной мужской телесности в медийном пространстве современных российских СМК.

Объект – мужская телесность в современном российском обществе.

Предмет – спортивная мужская телесность в медийном пространстве современной России.

Задачи исследования:

1. Изучить методологические источники анализа телесности и спорта в западной социологии;
2. Систематизировать теоретические представления о мужской телесности в российской социологии;
3. Рассмотреть масс-медийное пространство как способ конструирования смыслов и образов;
4. Проанализировать социальные представления о роли спорта в российской повседневности;
5. Выявить количественно-качественные характеристики образа спортивной телесности в СМК;
6. Сконструировать типологию социальных установок по отношению к спортивной телесности мужчин.

Теоретико-методологическая база исследования.

Конструктивистский подход (Р. Харрис, И.Г. Ясавеев) позволяет нам рассмотреть механизмы СМК, как формирование конструкта спортивного образа в рамках телесности.

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

Деятельностно-активистский подход (М.Мосс) позволяет нам рассмотреть спортивную деятельность мужчин, как значимый фактор в достижении телесного совершенства.

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

Постмодернистский (конsumerисткий) подход (Ж.Бодрияр, М.Фиторстоун, Д.В. Михель) позволяет нам рассмотреть тело как масс-медийный образ общества потребления.

Гипотеза исследования. Современные СМК призваны создавать социальные конструкты в виде смыслов и образов, репрезентирующих их как идеал мужской телесности. Мужская телесность в современном медиапространстве представляет собой конструкт, характеризующийся устойчивостью, универсальностью и шаблонностью. «Ядро» медийных образов составляет «спортивный образ телесности», благодаря чему данный образ распространяется в массы. В связи с чем наблюдается «бум» приверженцев данного образа среди мужского населения России.

Методы исследования: анкетный опрос (100 респондентов), контент-анализ материалов СМК (социальных сетей, материалов YouTube).

Эмпирическая база исследования:

Анкетный опрос N=100 респондентов (50 женщин и 50 мужчин, 50 респондентов в возрасте от 18 до 30 лет и 50 от 31 до 50 лет). Контент-анализ видеоресурса «BodyMania» (36 видеороликов).

Апробация работы:

1. Экология и безопасность жизнедеятельности: Всероссийской научно-практической конференции, 13 ноября 2015 года, г. Комсомольск-на-Амуре.
2. «Студенческие Дни науки в ТГУ»: научно-практическая конференция, 1-25 апреля 2016, г.Тольятти.

3. Международный молодежный научный форум «ЛОМОНОСОВ-2016», апрель 2016 года, г. Москва.
4. Вторая всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Проблемы моделирования социальных процессов: Россия и страны АТР», 7-8 декабря 2016 года, г. Владивосток.
5. II Международная научно-практическая конференция «Социализация личности в условиях информатизации и глобализации общества», 19 декабря 2016 года, г. Тверь.
6. Всероссийский социологический студенческий Форум «Олимп Жигулевских гор», 7-8 декабря 2016 года, г. Тольятти.
7. Международный молодежный научный форум «ЛОМОНОСОВ-2017» / апрель 2017 года, г. Москва.
8. Всероссийская научная конференция с международным участием, 14-15 апреля 2017 года, г. Санкт-Петербург.
9. «Студенческие дни науки в ТГУ»: научно-практическая конференция, апрель 2017 года, г. Тольятти.
10. Международный молодежный научный форум «ЛОМОНОСОВ-2018» / апрель 2018 года, г. Москва.

Структура бакалаврской работы. Работа состоит из введения, двух глав, четырех параграфов, заключения, списка используемой литературы и источников и приложения.

Глава 1. Теоретико-методологические основы анализа спортивной телесности в социологии

1.1. Телесность и спорт в философских и социологических теориях

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.

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», где главная идея заключалась в том, что классическое противопоставление сознания и мира, души и тела – ошибка рефлексивной философии, преодолеть которую в состоянии верно понятая феноменология⁷.

Следуя этой мысли, французский философ различает активную и действующую интенциональность, последняя из них относится к телу. Таким образом, Морис Мерло-Понти расширил предметное поле феноменологии. Не сознание, а живое собственное тело определяет способ бытия в мире экзистенции, которая является конкретным телесным бытием, или «воплощенным сознанием»⁸. Феноменологическим призывом «назад, к вещам самим по себе» он уточняет как обращение к реальности, какой она дана до сознания, в опыте, предоставляемым нам собственным телом. Отсюда следует то большое значение, которое Мерло-Понти придает не

⁷ Соколова Л.Ю. Феноменологическая концепция М. Мерло-Понти // Серия «Мыслители», История философии, культура и мировоззрение. – №3. – 2000. – С.164.

⁸ Гальцева Р.А. К определению места «новых философов» в новейшей философии // Общество. Культура. Философия: Материалы к XVII Всемирному философскому конгрессу. – М. – 1983. – С. 254.

чисто интеллектуальному знанию о мире, а опыту восприятия, агентом которого является тело. Работа сознания выступает как нечто вторичное, как эпифеномен, сопутствующий телесным процессам⁹.

Значение тела для контактов человека с его социальным окружением подчеркивается во многих социологических работах, при этом функция телесных движений не сводится лишь к выражению эмоций. Ирвинг Гоффман подчеркивает, что посредством телесной активности человек проявляет свою принадлежность к определенному социальному классу, индивидуальный стиль жизни со свойственными ему ценностями, и, что не менее важно, вступает во взаимодействие с различными аспектами социального окружения и изменяет их. Человек может достигать своих целей, манипулируя впечатлением, которое он производит на других людей. И. Гоффман рассматривает роль тела в процессе самопрезентации индивида как актера на социальной сцене. В драматургической модели современного общества главной целью «актера» является создание и поддержание желательного имиджа любой ценой, и в этом смысле тело (особенно его внешний вид и движения) может стать как существенным подспорьем, так и препятствием на пути к цели. Во время участия в социальных пьесах индивида всегда подстерегает опасность смущения и стигматизации. Попав в ситуацию, связанную со смущением, он может попытаться «сохранить лицо», однако в случае стигматизации добиться этого практически невозможно. Испытывая страх стигматизации, человек может производить достаточно опасные манипуляции со своим телом, например, делает пластическую операцию, придерживается строгой диеты, и даже вовлекается в рискованное поведение, если того требуют групповые нормы. Важным аспектом концепции И. Гоффмана является утверждение ключевого значения самопрезентации как в политической, так и в обыденной жизни. Тело выступает как свидетельство не только личных достижений, но и достижений партии, корпорации, семьи. Образ успешного человека неизбежно включает

⁹ Merleau-Ponty M. *Phenomenologie de la perception*. – Routledge, 1999. – P. 235.

в себя «успешное» (т.е. соответствующее определенным социальным канонам) тело, поскольку личность всегда репрезентирует себя в телесных активностях и телесном облике. И. Гоффман указывает на создание целого ряда социальных институтов, новых профессий и сфер экономики, которые обслуживают интересы «театрального» общества: косметологи, диетологи, визажисты, пластические хирурги, специалисты по имиджу. Драматургическая модель рассматривает социальную обусловленность тела, скорее, как негативный фактор¹⁰.

Марсель Мосс подчеркивает преобразующе-манипулятивное функционирование тела, направленное на овладение своими движениями, физиологическими функциями и окружающим миром. Он вводит понятие техник тела, которые являются традиционными высокоэффективными способами осуществления телесной активности, конструируются социальным авторитетом и передаются посредством наглядных демонстраций, воспитания и тренировки¹¹. Концепция Мосса основывается на представлениях о социально обусловленном формировании человеческого организма (которое на момент рождения является лишь потенциально человеческим). В процессе своего развития индивид овладевает определенным набором навыков (практик), которые позволяют ему эффективно обращаться с телом. Таким образом, любая телесная активность рассматривается в рамках данного подхода как социально сконструированная и культурно специфичная. Мосс определяет понятие техник тела на примере таких активностей, как бег, плавание, танец, грудное вскармливание. Ученый полагает, что техники тела различаются не только у представителей различных культур, но и у представителей различных временных срезов внутри одной культуры, различных полов, возрастов и социальных классов. Созвучную взглядам М. Мосса точку зрения высказывают и некоторые

¹⁰ Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А.Д.Ковалева — М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. — С.210-215.

¹¹ Мосс М. Общества. Обмен. Личность. — М.: КДУ, 2011. — С.304.

русские авторы (П.Д. Тищенко)¹², предлагая рассматривать развитие телесности человека по аналогии с развитием высших психических функций, описанным в теории культурно-исторического развития Л.С. Выготского¹³. В рамках этих концепций социально обусловленными оказываются большинство физиологических функций (форм телесной активности), причем в теле оказываются воплощенными и индивидуально-психологические (связанные с общением в семье) и социальные смыслы.

Важным условием понимания роли тела в истории и культуре является рассмотрение телесных практик и отношения к телу в религии. Несмотря на то, что в настоящее время большинством авторов современное западное общество рассматривается как светское общество, есть определенные основания считать, что многие религиозные ценности и постулаты были получены им «по наследству» и теперь выступают под маской моральных и политических законов, а также медицинских требований. Например, современный «биопсихосоциальный» подход в медицине можно считать соединением моральной модели здоровья (взятой из христианской этики) с постулатами естественно-научной медицины.

Телесные метафоры имеют важное место в религиозных церемониях. Многие образы Нового Завета связаны с понятиями чистоты и опасности загрязнения, причем угроза чистоте и спасению души исходит от тела. Поэтому прихожанам предлагаются телесные по своему характеру ритуалы очищения и воздержания. Символическое наполнение в религиозных практиках получают еда, сексуальные и репродуктивные функции, функционально-анатомические характеристики человеческого тела, например, такие, как право- и леворукость. Несмотря на то, что доминирующий в христианстве дискурс о теле в основном является негативным, лишь посредством телесных практик человек может приблизить себя к Богу.

¹² Тищенко П. Д. Тело страдания: философско-антропологическое истолкование // Бюллетень сибирской медицины. – 2006. – №5. – С.17-19.

¹³ Выготский Л.С. История развития высших психических функций. Собрание сочинений, том 3. – М.: Педагогика, 1983 – С. 174-179.

Российский исследователь А.А. Горяинов обозначил телесную культуру как сферу «гармонизации естественно-природного и социально-преобразующего в человеке, как область ценностно-ориентированного разрешения постоянных противоречий между ними», что находит свое отражение и в исторических детерминациях телесности¹⁴. 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». Ученый отмечает, что до установления политической и культурной гегемонии буржуазии в западном мире, «тело оставалось ... интуицией вплоть до начала современной эпохи...». 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».

Известный французский социолог и философ Ж. Бодрийяр в своей монографии пишет о теле как о самом «прекрасном объекте потребления»: «...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)¹⁵. 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.

¹⁴ Некрасова Н. А., Горяинов А. А. Феномен человеческой телесности // Аналитика культурологии. – 2008. – №11. – С. 21-27.

¹⁵ Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального // Издательство Уральского университета. – Екатеринбург: «Изд-во Урал. университета», 2000. – С.214-217.

Анализируя особенности телесности человека в западной культуре, Д.В. Михель рассматривает новые миры телесности, возникшие в процессе реорганизации общего пространства западной культуры на новых исторических горизонтах. Первый мир – это мир производства, который держится на принципе продуктивности. В этом мире фабрикуется «продуктивное тело», производится отбраковывание «непродуктивных тел». Телесность здесь скорее производительная, «природное тело» рассматривается как некое остаточное. Нужда в продуктивном теле здесь со временем отпадает, и его заменяют машины-роботы. Вторым миром – миром репродукции, в котором главный акцент делается на женском материнском теле. Мир производства вносит в него свои коррективы: он не отказывает ему в природности, но принуждает быть прозрачным, используя технические достижения века рационализации (технологии просвечивания репродуктивного тела). Третий мир, в котором правит двойной закон: потребляй и будь потребляемым – это мир потребления. Тело в нем – субъект потребления пищи, товаров и знаков, а также объект потребительского спроса, обмениваемый «на все остальные: реклама продуктов, услуг, круизов». Таким образом, «в каждом из трех миров современной западной культуры тело было создано как артефакт, как культурный продукт, как научно-технично-политическое изделие, как совокупный эффект стратегий капитализма»¹⁶. Являясь особой средой конструирования тела, посредством различных инструментов знания, технологии и власти, культура современной эпохи представила новые эталоны телесности.

Человеческое самоутверждение в социуме через активно-двигательную деятельность имеет не только внешнее, но и внутренне измерение и ее можно рассматривать не только в пространственном, но и в смысловом контексте¹⁷. Известно, что в новое время открываются широкие горизонты для практического самоутверждения человека, актуализируя идею глобальной

¹⁶Михель Д. Телетехнологии, телесность, виртуальная реальность. [Электронный ресурс] – Режим доступа: ivanem.chat.ru/mihel.htm (Дата обращения: 10.12.2017).

¹⁷Нуждён К. Э. Физическая культура: основы влияния на общество // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. – 2012. – №28. – С.918-921.

социализации человека, социальный институт спорта в таких условиях возрождается и становится общественно важным явлением. Современный модель спорта дает человеку возможность оценить свои отношения к окружающей среде и через эти отношения оценить свое место в обществе. Спорт как вид социальной, непроизводственной деятельности, воспроизводит определенные базовые механизмы человеческого самосознания и самоопределения, располагая специфически-воспитательными возможностями, называется полноценным видом социальной деятельности, сферой утверждения и обретения культурно-творческого смысла личности¹⁸.

Физическая культура и спорт играют важную роль в формировании личности. Благодаря физическому воспитанию – сознательной, целенаправленной деятельности, направленной на физическое совершенствование человека, в соответствии с социальными идеалами и нормами – формируется физическая культура личности, в процессе которой, наряду с развитием двигательных умений и физических качеств предполагается освоение специальных знаний, создание специальных установок на ценностное отношение к занятиям физической культурой и спортом. Спорт развивает такие моральные качества, как мужество, честность, патриотизм, преданность своему делу, трудолюбие. Закладываются гуманистические убеждения, как чувство уважения к сопернику. Происходит гармонизация физического, интеллектуального, нравственного и эстетического развития.

Вышесказанные убеждения приводят к тому, что спорт является средством и формой выявления социального признания высших психических и духовных способностей индивида¹⁹. Спорт готовит индивидов к трудной современной жизни общества. Посредством реализации принципа –

¹⁸ Апциаури Л., Харитонашвили К. Система современного спорта как фактор социализации личности // ППМБПФВС. – 2008. – №6. – С.164-166.

¹⁹ Журова И.А. Влияние спорта на формирование личности // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2014. – №2. – С.129-132.

«рассчитывай, прежде всего, на самого себя»²⁰, спортсмен понимает, что достижение успеха зависит, прежде всего, от личных, индивидуальных качеств – честолюбия, инициативы, трудолюбия, терпения, волевых навыков. Таким образом, спортивная деятельность и телесность, взаимосвязанные и зависящие друг от друга понятия. Именно благодаря спортивной деятельности преобразование телесности достигает сознательности и развивает личностные и моральные качества.

1.2. Современное медиапространство как способ конструирования смыслов и образов

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 управленческой²¹. Последняя функция представляет интерес для исследования нашей темы.

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.

²⁰ Саваш Ю.М. Значение физического воспитания в формировании личности ребенка // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. – 2013. – №2 (13). – С.327-329.

²¹ Ясавеев И. Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. – Казань, 2004. – С.74-76.

Средства 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 человека²².

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. 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. Конsumerистское тело стремится к тому, чтобы стать телом без физических и эстетических недостатков, лишнего веса и старения. В более широком смысле, оно должно стать воплощением божественного совершенства²³.

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».²⁴ 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

²² Харрис Р., Психология массовых коммуникаций/ Р.Харрис. – М.: «ОЛМА-ПРЕСС», 2002. – С. 14-19.

²³ Featherstone M. The Body in Consumer Culture // Theory, Culture and Society. – 1982. – Vol. 1 (2). – P. 18.

²⁴ Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: Рудомино, 2001. – С. 14-18.

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. 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»²⁵. Что касается общества с доминированием «ценностей человека бизнеса», вполне логично, что в систему этих ценностей включаются ценности телесного бытия человека, а именно: ориентация на сохранение здоровья и, прежде всего, привлекательного физического имиджа. Деловой мир, мир бизнеса имеет свои правила относительно внешнего облика человека. В нем особое значение приобретает его габитарный имидж, т.е. внешний облик человека, его одежда, прическа, аксессуары делового стиля, посредством которого можно позиционировать такие качества, как строгость, простота, опрятность, практичность, организованность, собранность, уверенность в себе, надежность.

Таким образом, тело человека становится «личным проектом», который соответствует ожиданиям окружающей культурной среды, чаще производственной, результатом слепого следования «корпоративной идентичности» и пресловутой успешности. К телам мира потребления относятся и «тело без лишнего веса», как пример озабоченности стройным

²⁵ Михель Д.В. Воплощенный человек: Западная культура, медицинский контроль и тело. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2000. – С. 138-170.

телом, в большей степени являющимся приоритетом женской половины человечества. А также феномен «медикализованного тела», активно усваивающего разнообразные медицинские услуги, предоставляемые современными высокими технологиями. В частности, Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) предостерегает: школа, ровесники и СМК могут спровоцировать у подрастающего поколения негативное представление о собственном телесном облике: «исследования последних лет показывают, что у детей и молодых людей развиваются все больше и больше негативные образы тела. Чувство образа тела молодых людей не фиксировано, но флюктуирует благодаря изменению широкого ряда факторов, самоуважения в особенности»²⁶.

Виртуальная реальность выступает сегодня как орудие манипуляции человеческим опытом. О.Н. Астафьева ставит вопрос о том, насколько предсказуемы перемещения человека в виртуальном киберпространстве. По мнению исследователя, это приводит к изменению статуса реальности (телесности), оказывая влияние на положение личности в социуме, а именно, изменяя ее волю, сознание, адекватную оценку возможностей и другое²⁷.

По справедливому замечанию российского ученого И.М. Быховской, «все эти и сопутствующие им феномены могут превратить естественное тело в своего рода артефакт современной цивилизации»²⁸.

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

²⁶ Развитие организма в подростковом возрасте // Всемирная организация здравоохранения. – 2005. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/107674/E87579R.pdf> (Дата обращения: 10.11.2017г.).

²⁷ Астафьева О.Н. Компьютерная виртуальная реальность и искусство (к вопросу о расширении эстетического опыта личности) // Виртуальные реальности. Труды лаборатории виртуалистики. – Вып. 4.– М., 1998. – С. 141-145.

²⁸ Быховская И.М. Физическая культура как практическая аксиология человеческого тела: методологические основания анализа проблемы // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 1996. – №2. – С.19-27.

потребителя в потребителя знаков, оказывающегося в то же время таким же воплощенным знаком, что потребляют другие»²⁹.

В современности особое внимание уделяется проблеме самореализации личности: начиная созданием внешнего физического имиджа, заканчивая возможностями занятий интеллектуальными и духовными видами деятельности. В таком смысле тело человека становится ценностью, которое развивается через поиск себя, с утверждением своего личностного начала.

Таким образом, в современном социуме можно выделить две важные тенденции: с одной стороны, происходит разрушение самой возможности телесной и культурной идентификации, разрыв тесной связи духовного и телесного бытия движение в сторону материальных ценностей; с другой – принятие ценностей, направленных на защиту и развитие телесности человека, существующей в неразрывном единстве и взаимодействии с природной, социальной и культурной системами.

Интерес к мужскому телу имеет многовековую историю. Данный вопрос рассматривался у многих скульпторов, художников, поэтов и писателей. Мужское тело Аполлона Бельведерского – юноши Древнего Рима считалось идеальным многие сотни лет. Красота мужского тела – понятие относительное. Образы идеала меняются с течением времени. В современном обществе примерным идеалом считается мужское тело имеющие следующие характеристики: в меру мускулистое, без жировых излишков, стройное, с выдержанными пропорциями мужского тела. Под пропорциональностью, как правило, подразумевается соотношение объемов груди, плеч, талии и бедер; содержание жира в организме; прорисовка мышц спины, грудной клетки, плеч и бедер³⁰.

Считается, что спорт является одним из основных базовых деятельностей мужчин, именно по средствам спорта происходит первичная социализация мальчиков. Основным и непосредственным носителем

²⁹ Михель Д.В. Воплощенный человек: Западная культура, медицинский контроль и тело. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2000. – С. 138-170.

³⁰ Димура И.Н. Мужская телесность глазами мужчин // Вестник Академии Русского балета им. А.Я. Вагановой. – 2015.– №4.– С.167-176.

механизмов социальных отношений – является спортивная деятельность³¹. Происходит формирование личностных характеристик, таких как мужество, честность, патриотизм, преданность своему делу, трудолюбие. Закладываются гуманистические убеждения, как чувство уважения к сопернику. Происходит гармонизация физического, интеллектуального, нравственного и эстетического развития. Вышесказанные убеждения приводят к тому, что спорт является средством и формой выявления социального признания высших психических и духовных способностей индивида³². Спорт для мужчин является той средой, которая дает возможность создать свою интерактивную идентичность.

Проблемы телесной культуры в современном российском и западном обществе особенно актуальны и определены усилением воздействия современного информационного и техногенного общества на организм и психику человека, а также возрастанием роли отдельной личности и ее телесной культуры в современном обществе.

Средства массовой коммуникации ежедневно фрустрируют нас указаниями на то, как эффективнее репрессировать собственное тело. Мы постоянно слышим о том, что наши тела должно держать под контролем. Нас обязывают неустанно трудиться, чтобы сокращать размеры своего тела, делать его поверхность гладкой, бороться с его запахами и растущими из него волосами. Угрожающее «женское начало» ассоциируется с поглощением и телесностью, противопоставляется «мужской» способности к волевому усилию и контролю. Внушив нам отвращение к нашим «диким», «несовершенным» телам, «индустрия красоты» торжествует, рекомендуя способы «решения проблемы»: от диет, упражнений, консультаций разных специалистов, косметических средств и процедур до хирургических модификаций. Подобный репрессивный способ «мыслить тела» распространяется, захватывая и другие группы потребителей: дети,

³¹ Бабушкин Е.Г. Формирование спортивной мотивации // ОНВ. – 2014. – №1 (125). – С.158-160.

³² Журова И.А. Влияние спорта на формирование личности // Интерэкспо Гео-Сибирь.– 2014. – №2. – С.129-132.

мужчины, люди старшего возраста все чаще становятся целевой аудиторией «индустрии красоты» и идеологии «обезжиривания».

Глава 2. Качественные и количественные показатели отношения индивидов к образам спортивной мужской телесности в массмедийном пространстве России

2.1. Социальные представления о спортивной мужской телесности: гендерные и когортные различия

Телесность в современном обществе – прогрессирующая отрасль социологического пространства. Тело человека в современности во многом определяет его деятельность и интересы. Изучение социологии телесности позволит определить мотивы, ценности и деятельность индивидов. Внешний вид человека сегодня, в особенности его телесность, становится определяющим фактором в его становлении и социализации в обществе³³.

Тело в современности рассматривается как источник потребления. Главной ценностью жизни которой является удовольствие. Наше исследование направлено, на то, чтобы выявить каковы аспекты достижения спортивного телосложения у мужчин. Цель изучения состоит в выявлении отношения индивидов к образам спортивной мужской телесности на массмедийном пространстве России.

Объектом исследования являются жители г. Тольятти. Выборочная совокупность дифференцирована на четыре равные группы респондентов по половому и возрастному критерию.

В анкетировании приняли участие 100 респондентов в возрасте от 18 до 50 лет. Наше исследование проводилось в равных пропорциональных группах: 50% мужчин и 50% женщин, а также 50% респондентов в возрасте 18-30 и 50% респондентов в возрасте 31-50. Данные возрастные и половые критерии позволят нам выявить различия в отношении респондентов к образам спортивной мужской телесности с разных аспектов жизни.

³³Тупикова С.В. Телесность» в социологическом дискурсе: общенаучные и социокультурные детерминанты теоретизирования // СИСП. – 2013. – №4 (24).– С.55.

Выборка составила разнородную аудиторию. По материальному положению более половины респондентов (55%) относятся к среднему уровню жизни (иногда можем испытывать материальные затруднения). Выше среднего у 31% респондентов. Отличное материальное положение имеют 3% опрошенных. Ниже среднего – 8 % респондентов и 3 % имеют очень трудное материальное положение. По уровню образования: 45% имеют высшее образование, 29 % неоконченное высшее, 14% среднее профессиональное, 7% среднее общее и 5% неоконченное среднее образование.

По характеристике семейного статуса в нашем исследовании приняло 45% холостых (не замужних), 37% состоящих в официальном зарегистрированном браке, 15% состоящих в «гражданском» браке и 3% разведенных. Представленные данные свидетельствуют о различном контингенте респондентов, которые приняли участие в нашем исследовании. Это позволит рассмотреть проблему исследования с разных сторон общественного мнения.

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 предшествующее времена. На вопрос «Как Вы считаете, влияет ли внешний вид человека на его представительность в обществе?» – абсолютное большинство опрошенных дали положительный вариант ответа (95% опрошенных). Для получения более точных и конкретных результатов мы попросили респондентов оценить по пятибалльной шкале данный показатель, где 5 – высокая значимость внешнего вида в повседневной деятельности, 1 – низкая значимость внешнего вида в повседневной деятельности. В целом, внешний вид в повседневной деятельности респонденты оценивают выше среднего (3,9 средняя взвешенная). Для респондентов в возрасте 18-30 лет внешний вид важнее (4), чем для респондентов в возрасте 31-50 лет(3,86).

Следующим вопросом мы постарались определить каково отношение человека к собственному телу, как они его оценивают. Варианты располагались в порядковой шкале начиная с мускулистого до полноватого. 37% респондентов считают свое телосложение спортивным, из которых 50% это мужчины и лишь 24% женщины. Большинство женщин считают свое тело стройным (34%), но также 24 % считают себя упитанными.

Немаловажным является оценка собственных характеристик самими респондентами. Мы попросили их оценить удовлетворенность такими показателями, как: здоровье, физическая форма, психическое равновесие, работоспособность, дисциплинированность, уверенность в будущем, личный успех и духовное развитие 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 (3,7 средняя взвешенная). Мужчины оценивают свое здоровье гораздо выше (3,88), чем женщины(3,52). Респонденты в возрасте от 31 до 50 лет также оценивают свое здоровье выше (3,82), чем в возрасте от 18 до 30 лет (3,58). Удовлетворенность своей физической формой имеет достаточно маленький показатель среди респондентов (3,51). Данный результат показывает то, что индивиды не довольны своим внешним видом и происходит постоянное стремление к собственному преобразованию. Зачастую именно женщины (3,38) в отличие от мужчин (3,64) не удовлетворены своим телом и внешностью.

Своим психическим равновесием удовлетворены более половины опрошенных, из которых мужчин гораздо больше (3,98), чем женщин (3,44). Достаточно высоко респонденты оценивают свою работоспособность (3,93). Мужчины выше (4,14), чем женщины (3,72). И более взрослое поколение выше (4,06), чем молодежь (3,8). Самый высокий показатель (4,01) у варианта «дисциплинированность и организованность». Респонденты в возрасте от 31 до 50 чувствуют себя более ответственными(4,24), чем в возрасте от 18 до 30 (3,78). Известный стереотип о том, что женщины менее пунктуальны и

организованы, не подтвердился в данном исследовании, женщины считают себя более дисциплинированными (4,06), чем мужчины(3,96). Показатель «уверенность в будущем» имеет самый низкий показатель (3,45). Это свидетельствует о нестабильности жизни общества в настоящее время. Мужчины немного больше уверены в своем будущем (3,6), чем женщины(3,3). Взрослое поколение чувствуют себя стабильнее (3,7), нежели молодежь (3,2). Показатель «личный успех» тесно связан с «уверенностью в будущем», полученные результаты были схожи, но в личном успехе, респонденты больше уверены (3,68), чем в том, что будет в будущем. Последний показатель – духовное развитие – респонденты оценивают высоко (3,75), где мужчины и женщины имеют почти равное значение (3,76; 3,74), а более взрослое поколение более удовлетворено, чем молодежь (3,88; 3,62). В ходе рассмотрения данного вопроса, мы смогли выяснить, что юноши более удовлетворены представленными показателями, чем девушки. Молодежь наоборот менее удовлетворена данными характеристиками, чем взрослое поколение.

Совершенное тело – зачастую недостижимый образ, к которому стремятся. Чтобы выявить каковы идеалы и нормы красоты, мы поставили открытый вопрос для разнородности ответов. Исходя из полученных ответов, получился следующий образ: в меру спортивное, здоровое, ухоженное, гармоничное, подтянутое и стройное тело, с упругой, чистой и загорелой кожей, без «искусственности» и находящееся в тонусе.

Известно, что каждый индивид, отличается своеобразными представлениями, принципами, качествами. Результаты по следующему вопросу указывают на представления респондентов о наиболее привлекательном теле. Мужчины считают привлекательными женщин со спортивным и стройным телосложением (60% и 28%). При этом для женщин привлекательным телом считается умеренно спортивное мужское тело (68%). Различий по возрасту в данном вопросе выявлено не было.

В рамках нашей темы особое место уделяется именно телесности мужчин. Тело мужчины является сегодня отражением его личности, моральных качеств и индивидуальных убеждений. Далее мы поставили более конкретный вопрос, затрагивающий мужскую телесность: «Как должно выглядеть тело успешного мужчины?». Подавляющее большинство опрошенных (79 %), единогласно считают, что в меру спортивное телосложение одна из главных характеристик успешного мужчины. В следующем вопросе мы решили выяснить, влияет ли телосложение мужчины на его положение в обществе, может ли тело помочь ему повысить статус в обществе. Более половины опрошенных (60 %) считают, что телосложение оказывает частичное влияние на положение мужчины в обществе. Оставшиеся 40 % опрошенных разделились во мнениях на равные группы: 20% считают, что тело мужчины имеет сильное влияние на его представительность в обществе, а другие 20 % уверены в том, что телосложение и социально-экономический статус никак не зависят друг от друга. Сами мужчины (26%), в большей степени, чем женщины (14%) считают, что влияние сильное, когда женщины (28%) придерживаются противоположного мнения больше, чем мужчины (12%).

На сегодняшний день спортивная деятельность является основным элементом в конструировании телесности. Система, которая образуется из спорта, физической культуры и здорового питания, является мощным социально-одобренными инструментом преобразования тела человека. По стандарту считается, что мужчины более ориентированы на спортивный образ жизни в целях достижения телесного совершенства. Мы попросили наших респондентов оценить уровень значимости спортивной деятельности в жизни мужчины по пятибалльной шкале, где 5 – максимальная степень значимости, 1 – минимальная степень значимости. Были получены следующие результаты: по общему показателю респонденты достаточно высоко оценивают спортивную деятельность в жизни мужчины (4,06 средняя взвешенная), кроме того женщины (4,12) дают чуть более высокую оценку

спорту в жизни мужчин, чем сами мужчины (4). Так же проявляются различия во мнениях респондентов в возрасте от 31 до 50 лет, для которых спортивный образ жизни мужчин ценится выше(4,16), чем в возрасте от 18 до 30 лет (3,96).

Феномен «медиализованного тела» очень распространен в современном обществе. Идеальное тело без лишнего веса и физических изъянов, с идеальной кожей и волосами можно купить. Косметические операции, пластическая хирургия, фармацевтические препараты (синтол, стероиды, анаболики и т.д.) стали доступнее «простому» населению. Привлекательность данных методов высока, при минимальных усилиях достигаются значительные результаты. Однако, мы выдвинули гипотезу о том, что большинство опрошенных предпочитают естественные методы совершенствования тела. Среди них здоровый образ жизни, спортивная деятельность и физическая культура. Поэтому следующий вопрос предполагал респондентам выбрать методы совершенствования тела, которые он приемлет для собственного применения.

29% опрошенных считают спортивную деятельность самым наилучшим методом преобразования тела, что является самым часто выбираемым ответом, также высокий показатель имеет здоровый образ жизни (28%) и физическая культура (25%), когда варианты как медикаментозное преобразование, спортивное и диетическое питание, виртуальное преобразование выбрали 1%, 6%, 9% и 2% соответственно. Мнения мужчин и женщин, а также молодежи и взрослого населения были единогласны по всем показателям. Представленные результаты полностью подтверждают нашу гипотезу.

Более подробно мы решили рассмотреть отношение респондентов к фармацевтическим препаратам и медицинскому вмешательству ради достижения желаемого телосложения. Более половины опрошенных (53%) считают недопустимым представленные методы для изменения собственного тела, вторая половина опрошенных допускают в некоторых случаях (19%) и

допускают, но не для личного применения (22%) и лишь 1% опрошенных готовы применять фармацевтические препараты для достижения идеального телосложения. Наблюдается то, что женщины более позитивно смотрят на применение представленных методов в некоторых случаях (24% / 14%), также, как и более взрослые респонденты 31-50 лет, чем молодежь 18-30 лет (26% / 12%). При этом мужчины в два раза чаще, чем женщины одобряют их применение другими, нежели самим собой (30% / 14%), как и респонденты 18-30 лет, чем 31-50 лет (26%, 18%). Таким образом, можно сказать, что применение фармацевтических препаратов и медицинского вмешательства не рассматриваются в качестве способов преобразования собственного тела подавляющим числом респондентов. Было выявлено, что к подобным методам более благосклонно относятся женщины и люди в возрасте от 31 до 50 лет.

В начале исследования нами была выдвинута гипотеза, о том, что внешняя привлекательность является главным мотивом к модернизации собственного тела у мужчин. Для проверки данной гипотезы, мы задали вопрос: «Как Вы считаете, какие причины лежат в основе стремления человека добиться спортивного телосложения?». Предлагалось выбрать не более трех вариантов из представленных семи. Были получены следующие результаты. Вариант «необходимость привлекательности для противоположного пола» выбрало немалое число респондентов мужчин (27%), что лишь частично подтверждает нашу гипотезу. Однако немаловажным является, то, что вариант «стремление к самосовершенствованию» выбрало почти равное предшествующему варианту количество опрошенных мужчин (26%). Отсюда следует, что для мужчин необходима и важна, не только внешняя привлекательность для женщин, но и собственное физическое и духовное развитие.

Интересным является тот факт, что во мнениях женщин наблюдается совершенно противоположная тенденция. Главным мотивом к достижению спортивного телосложения для женщин является «желание стать сильным,

здоровым и энергичным человеком» (30%) и сопутствующее ему самосовершенствование (29%).

Благодаря собственному телу, мужчины более, чем женщины стремятся выделиться на фоне других (11% / 3%), и также достичь популярности (10% / 3%). Серьезных различий между молодежью и взрослым населением выявлено не было.

Анализ масс-медийных образов занимает отдельное место в нашем исследовании. Медийный образ спортивной мужской телесности – это притягательный спортивный образ человека в виртуальном пространстве, побуждающий индивидов, подражающих ему менять и совершенствовать телесный облик. Для сбора данных о том, кто из медийных личностей наиболее притягателен и соответствует представлениям об идеальном медийном телосложении мы предоставили респондентам возможность самостоятельно написать имена и фамилии этих лиц. Наиболее частый ответ – футболист Криштиану Роналдо, который как-раз и представляет собой спортивное, накаченное тело, с гладкой и загорелой кожей без изъянов. Также респонденты отмечали киноактера Арнольда Шварценегера, певца Сергея Лазарева, которые характеризуются подобными признаками.

Спорт имеет особое место в жизни каждого человека. Именно спорт является одним из самых эффективных средств развития личности и ее адаптации в современном обществе. Мы решили выявить какие качества личности формируют занятия физкультурой и спортом? Предлагалось выбрать не более трех вариантов из представленных двенадцати. Были получены следующие результаты. Вариант «сила воли» стал самым часто выбираемым ответом у мужчин (28%), и у женщин (28%), как и у взрослого поколения (27%), так и у молодежи (28%). Так же часто выбираемые ответы у всех категорий респондентов были целеустремленность и упорство (18% и 19% по общему массиву). Наши респонденты также отметили дисциплинированность как одно из основных качеств, формирующихся посредством спорта (13%). Человек, занимающийся спортом, часто имеет

активную жизненную позицию – так ответили 10% опрошенных. Остальные варианты респонденты выбирали гораздо реже, но без каких-либо различий по половому или возрастному критерию. Вариант самостоятельность выбрали 4%, честность 3%, инициативность 1%, стремление к высоким достижениям 4%.

В ходе спортивной деятельности человек встречается и функционирует с большим количеством людей. Начиная с друзей и тренеров в спортивной секции, до судей, спортивного комитета и соперников. Коммуникабельность, формирующаяся в процессе занятий спортом, помогает правильно и достойно вести себя, как и с ровесниками, так и со взрослыми. В нашем исследовании данному качеству не уделили должного внимания, 1% опрошенных выбрали данный вариант. Важным личностным качеством для спортсмена является патриотизм. Один из наших респондентов прокомментировал, что главной целью его спортивной деятельности является: *«Стоять в российском триколоре на пьедестале под гимн своей страны»*. В нашем исследовании небольшое количество опрошенных выбрали вариант патриотизм (1%).

В начале нашего исследования мы поставили гипотезу о том, что СМК являются определяющим фактором формирования образа телесности в представлениях индивидов. Для проверки данной гипотезы, мы поставили вопрос «Как Вы думаете, кто (что) в большей степени влияет на формирование у людей представлений (мнений) о привлекательном человеческом теле?» Получили следующие результаты: в основном респонденты считают именно телевидение основным источником влияния на формирования представлений о телесности (25%), но также высокий процент ответов имеет культура, в которой родился индивид (23%). Также респонденты отмечали, социальные сети (15%), образ кумира (15%) и мнения окружающих (14%). Таким образом, видим, что гипотеза частично подтверждена.

Реклама с обнаженным телом стала действенным методом привлечения клиентов, так как подобная реклама останавливает взгляд и привлекает людей. Мы рассмотрели мнения людей о данной рекламе. Немалая часть опрошенных мужчин считает подобную рекламу вполне нормальным явлением (44%), при этом почти равнозначная часть женщин считают такую рекламу недопустимой (38%). Неожиданным фактом явилось то, что молодежь смотрит на рекламу с обнаженным телом более негативно (42%), чем взрослое поколение (22%).

Далее мы постарались узнать мнения респондентов о рекламе, в которой присутствует именно обнаженное мужское тело. Большая часть опрошенных подобную рекламу видят редко (62 %). Женщины видят рекламу с обнаженным мужским телом (17%) чаще, чем мужчины (9%).

Для обнаружения потенциальных материалов для предстоящего качественного исследования, мы спросили у респондентов о том, какие источники они используют для получения информации о спортивном телосложении. Среди наиболее популярных оказались такие YouTube-канал «BodyMania» и сообщество «Я люблю спорт» в социальной сети «ВКонтакте». Более подробно анализ данных каналов будет представлен в следующем параграфе.

Существует мнение, что внешний образ человека, его телосложение, лицо, ухоженность, манера одеваться, бренд одежды и обуви ценится выше, чем его внутренняя красота (духовность). Мы спросили у респондентов согласны ли они с данным мнением. Более половины респондентов не смогли дать однозначного ответа, но вариант «скорее да, чем нет» преобладает у всех категорий респондентов (59 %).

Подводя итог вышесказанному, можно сказать, что все поставленные нами гипотезы в начале исследования подтвердились, некоторые подтвердились частично. В вопросе относительно методов совершенствования тела, абсолютное большинство, единогласно считают естественные методы более эффективными и приемлемыми. Мужчины

стремятся к достижению спортивного телосложения для достижения привлекательности у противоположного пола. Но также достижение внутренней гармонии и собственного совершенства является значимым фактором в сознании мужчин. Было доказано утверждение, о том, что средства массовой коммуникации являются определяющим фактором формирования образа телесности в представлениях индивидов.

2.2. Спортивная мужская телесность в медиапространстве России: анализ Интернет-ресурсов

Медиа-ресурсы являются определяющими в формировании представлений индивидов относительно образов мужской спортивной телесности. В вопросе анкетирования нами был задан вопрос: «Знаете ли Вы о существовании интернет ресурсов (YouTube каналы, сайты, сообщества и т.д.) или ТВ программ о спортивном телосложении?». Наиболее частые ответы: видео канал на хостинге YouTube «Bodymania» и сообщество «Я люблю спорт» в социальной сети «ВКонтакте».

Для всестороннего анализа мы обратились к изучению зрительной (текстовой), звуковой (аудиозаписей) и зрительно-звуковой (видео) компонентов информационной системы по изучаемой нами проблеме.

Звуковая информация наиболее представлена в аудиокomпозициях. По представленной тематике были выбраны три современные песни для анализа. Интерес для исследования представила популярная песня современной группы ЛСП под названием «Тело». Количество запросов данной песни в поисковой системе Яндекс составляет – 20 807 запросов в месяц.³⁴ Содержание данной песни, в современной манере, представляет проблему ценности потребительского тела, над внутренними, моральными и духовными устоями: «...ходим по лезвию на поводу наших тел, что

³⁴ Яндекс. Подбор слов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/> (Дата обращения: 02.02.2018).

разлагаются изнутри...»³⁵. Солист группы старается рассказать своим слушателям, что тело – это материальная сущность человека, имеющая главным своим свойством – боль. («Я лишь тело, что просто болит»). А также, что все люди, вне зависимости от своего телосложения, являются биологическими существами, имеющие одинаковые функции и развитие.

Трек реп-исполнителя Джигана «Надо подкачаться»³⁶ (1645 запросов в месяц в поисковой системе Яндекс)³⁷, показывает значимость спортивного телосложения для мужчины. В песне 45 раз повторяется слово «Качать (подкачаться)». В частности, отдельные части тела: «...качаю руки, качаю ноги, качаю плечи», имея главной целью быть привлекательным противоположному полу: «многих дамочек лишаю дара речи». Также для достижения желаемого результата исполнитель показывает необходимость спортивного питания: «моему организму так необходимы аминокислоты: В, С, А и протеины».

Реп-исполнитель Миша Маваша в своих аудиокomпозициях пропагандирует здоровый образ жизни. В особенности спортивную деятельность, которая позволяет развить тело, которое будет служить опорой для мужчины по жизни: «Моя крепость – тело под моей одеждой»³⁸. Помимо физического совершенства, музыкант призывает формировать внутреннюю духовность и нравственность: «Тренируя тело не оставь на том же уровне душу»³⁹. Представленные современные аудиокomпозиции доказывают актуальность исследуемой проблемы. Знаменитые исполнители стремятся указать направления для развития позитивных представлений молодежи о телесности.

³⁵ ЛСП –Тело. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.g15.ru/lisp/telo.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).

³⁶ Джиган – Надо подкачаться. – 2015. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.g15.ru/dzhigan-nado-podkachatsya.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).

³⁷ Яндекс. Подбор слов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/> (Дата обращения: 02.02.2018).

³⁸ Миша Маваша feat 25/17 – Моя крепость. – 2013. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.g15.ru/mavashi-misha-moya-krepost.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).

³⁹ Миша Маваша – Цель разгром. – 2014. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.g15.ru/mavashi-misha-cel-razgrom.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).

Текстовая информация на сегодняшний день более широко представлена в сообществах, блогах и статьях во всемирной сети интернет. В России самой крупной социальной сетью является «ВКонтакте»⁴⁰. Данная сеть охватывает более 460 миллионов зарегистрированных пользователей. При запросе «спорт» по данной социальной сети насчитывается 117 881 сообществ, при запросе «тело» 19 446 сообществ. Публичная страница «Я люблю спорт» является самой массовой группой посвященной спорту и телу в представленной социальной сети 1 076 414 подписчиков. Данное сообщество ориентировано более на мужскую аудиторию (82% мужчин и 18% женщин), по семейному положению в группе большинство холостых людей (80%). Количество просмотров публикаций от 10.000 до 45.000 в среднем. Количество отметок «нравится» в среднем от 100 до 1500. Данная группа представляет собой в основном текстовую и графическую информацию мотивационного характера, примеры успешной модернизации тела, рецепты спортивного питания, а также программы тренировок. Социальные сети во многом определяют установки и деятельность индивидов, в частности их представлений о телесности.

Зрительно-звуковой вид информации является самым распространенным и более влияющим на аудиторию. Для анализа данного способа передачи информации воспользуемся методом контент-анализа. Контент-анализ зародился в конце XIX века, с развитием печатной продукции и стремительным ростом читателей. И на сегодняшний день это один из распространенных методов социологического исследования, включающий в себя «строго формализованный вид анализа документальной информации»⁴¹. Чаще всего контент-анализ применяют для текстовой информации, но в последнее время область применения данного метода

⁴⁰ Социальная сеть ВКонтакте. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vk.com/about>. (Дата обращения: 2.02.2018г.).

⁴¹ Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: Учеб. Пособие. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2002. – С..

захватывает такие документальные источники как фотоматериалы, радиопрограммы, видеоматериалы.

В рамках данного параграфа произведен анализ видео-ресурса «BodyMania». «Bodymania» – самый популярный русскоязычный видеоканал о теле и спорте. Данное словосочетание в переводе означает «мания, безумие, страсть тела»⁴². Контингент насчитывает более 1,5 млн подписчиков. Представленный канал сочетает в себе тренировки по бодибилдингу, интервью известных спортсменов, обсуждение актуальных тем спорта и тела, социальные эксперименты, реалити-шоу, пранки (розыгрыши). Аудитория данного канала в основном молодежь, в особенности мужчины и спортсмены. Данный контент существует четыре года – с 10 декабря 2013 года и за данный промежуток времени имеет 499 586 471 просмотр за все время существования, 992 загруженных видео. Самое популярное видео «Дрыщ успокоил быка» насчитывает 12 млн. просмотров. Канал имеет свою публичную страницу в сети «Вконтакте» с аудиторией в 187 277 подписчиков, со средним откликом 50-400 отметок «нравится», обсуждением записей от 1 до 40.

В нашей работе в качестве исследовательского материала были выбраны видеоролики, т.е. был проведен качественный и количественный анализ коммуникаций через видео. Поскольку мы имеем дело с конкретным продуктом массовой коммуникации, единицей анализа в нашем исследовании выступает – видеоролик.

Мы провели количественный анализ вышедших видеороликов за последний месяц – апрель 2018 года. Их количество составило 36 видео, около 1-2 видео за сутки. (См. Приложение № 4, Таблица № 1), хронометраж видеороликов различен, в среднем одно видео длится 15 минут (минимальное 4:04 мин, максимальное 25:42).

Процедура контент-анализа включала в себя: выделение смысловых категорий анализа. Среди них: «Бодибилдинг»; «Спортивное питание и

⁴²BodyMania. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/bodymaniaa> (Дата обращения: 5.04.2018г.).

фармацевтические препараты»; «Новости»; «Тренировочный зал»; «Виды тренировок»; «Истории спортсменов».

Бодибилдинг самая актуальная тема на данном канале. Ведь именно конструкция тела, его спортивное преобразование, является основой видеоканала. «BodyMania» посвящает более всего эфирного времени именно бодибилдингу. Мы выделили несколько единиц анализа в данной категории. «Проект «Теперь ты в теме» (31 мин) является реалити-фитнес-шоу, в рамках которого начинающие спортсмены впервые в жизни выходят на сцену, преодолев все трудности. В течение определенного времени они обретают желаемое телосложение при помощи спортивных тренировок и соревнованиях. Многочисленное спонсорство данного проекта позволяет участникам, выделиться и стать заметным на бодибилдинговой арене. Много времени на видеоканале также уделяется кастингу на представленный проект (26 мин). Информация и обзор соревнований по бодибилдингу, также имеют стандартное место в видеороликах канала (14 минут). Интересный видеоролик был представлен на тему цены бодибилдинга, в нем проанализированы как материальные затраты, так и физические и духовные (9 мин).

Раздел «Истории спортсменов», включает в себя рассказы прославившихся спортсменов об их становлении и о препятствиях на пути к цели. В изучаемом месяце было приглашено четыре спортсмена, которые рассказали про свои жизни, и созданы два видеоролика об спортсменах-бодибилдерах актерах. Приглашенные гости: Кирилл Сарычев, повествовал об его участии в соревнованиях по тяжелой атлетике с ножевым ранением; Евгений Золин, рассказал, как сломал шею, но продолжил заниматься спортом, вопреки медицинским заключениям; Корнаухов Сергей, представил свой путь к спортивному телосложению от 200 кг, с самодельным спортивным оборудованием; Ивана Водянов, рассказал про свою жизнь, как из дальнбойщика превратился в бодибилдера. В двух видеороликах идет повествование о кумирах 90-х Дэвиде и Питере Поле (известные по фильму

«Няньки») актерам, самоучкам в спорте, которые своими телесными показателями могли соревноваться с бодибилдерами.

«Новости» – самый просматриваемый раздел видеоканала, так как происходит обозревание «нашумевших» событий. В исследуемом месяце частая тема – конфликт «синтольщика» с чеченским школьником (29 мин), при учете длительности одного видео в 4-5 минут с содержанием разных новостей.

ММА – смешанные боевые искусства, бои без правил. На сегодняшний день имеют миллионы зрителей, исследуемый видеоканал не исключение, данной лиге уделено в новостной рубрике 23 мин. Боец представленной Лиги русский Хабиб Нурмагомедов является основной обозреваемой личностью рубрики (17 минут из 23). Интересным является силовой экстрим, представляющий публике интересные соревнования на силу, как поднятие бочек, толкание машин.

Позиция канала относительно фармацевтических препаратов прослеживается явно отрицательная, ценностью считается добиться спортивного телосложения естественными методами, допускается и одобряется применение спортивного питания.

Раздел «Виды тренировок» занимает особое место на видеоканале. Частыми бывают тренировки, которые показывают приглашенные спортсмены, например, Андрей Попов. Придумываются новые тренировки, как занятие с оружием, например, катаной (см. таблица №1, № 2), или тренировки в необычных местах, например, в метро (см. таблица №1, № 31). Были посвящены видео, более известным и стандартным видам тренировок, как отжимания (15 мин) и вакуум (7 мин).

Происходящее в тренировочном зале, мы разделили на разговоры об увеличении массы (10 мин) и самим тренировочным залам (12 мин). «BodyMania» показала выпуск, посвященный залу советской эпохи, где тренажерное оборудование делалась самостоятельно, а сам зал находился в подвале.

Подводя итог вышесказанному, видеоканал «BodyMania» демонстрирует нам важность и необходимость спорта в жизни мужчины. Гипотезы поставленные в начале исследования, подтвердились, именно бодибилдинг является основным направлением на видеоканале, а естественные методы преобразования тела являются единственными и допустимыми. Трансформация тела с помощью главного средства – спорта, для достижения спортивного телосложения, является основой и главной идеей канала. Создавая популярные видеоролики с использованием спортивного телосложения, происходит пропаганда данного образа в массы.

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.

Основным и самым приемлемым средством для совершенствования тела является спортивная деятельность. В свою очередь, спорт как важный социальный феномен пронизывает все уровни современного социума, оказывая широкое воздействие на основные сферы жизнедеятельности общества. Он влияет на национальные отношения, деловую жизнь, общественное положение, формирует моду, эстетические ценности, образ жизни людей⁴³.

Спорт обладает мощной социализирующей силой, способен сплотить общество единой национальной идеей, наполнить своеобразной идеологией, побудить людей стремиться к успеху, к победе. Современный спорт, в социологии рассматривается как определенная совокупность социальных ролей, норм и образцов поведения, социальных отношений и социальных функций. Выполняя данные многочисленные социальные функции, спорт становится полифункциональным и многомерным. Ему по силам решение необычайно широкого круга задач, начиная с укрепления здоровья населения, отвлечения молодежи от пагубного влияния улицы, удовлетворения спроса на зрелищные услуги, экономических стимулов, защиты чести страны, формирования патриотизма и т.д.

Спортивная мужская телесность имеет особые черты. Мужчины более женщин ориентированы на спортивное телосложение. По потребностям

⁴³ Лубышева Л. И. Социальная роль спорта в развитии общества и социализации личности / Л. И. Лубышева // Теория и практика физ. культуры. – 2016. – № 4. – С. 11-16.

создаются исключительные для мужской половины населения тренировочные залы, тренажерные клубы, спортивные сообщества и видео ресурсы. Тело является сегодня отражением личности мужчины, его достижением, выражение внутренних моральных и индивидуальных убеждений.

В ходе нашего исследования мы проанализировали особенности образа спортивной мужской телесности в медийном пространстве современных российских СМК. Первый количественный метод, анкетирование, позволил выявить отношение индивидов к данным образам. Подтвердилось, что именно спортивное тело, считается наиболее привлекательным для женщин. Сами мужчины стремятся добиться спортивного телосложения, чтобы иметь всеобщую привлекательность, и достичь собственного совершенства. Были рассмотрены различные методики преобразования тела и выявлено, что именно спортивная деятельность является наиболее приемлемым способом для достижения желаемого телосложения. Второй метод, анализ интернет ресурсов с контент-анализом видеохостинга, помог рассмотреть медиапространство как фактор влияющий на формирование установок индивидов на образы спортивной мужской телесности.

Гипотеза, поднимаемая в начале исследования, о том, что именно средства массовой коммуникации формируют образы и мнения относительно спортивной мужской телесности подтвердилась.

Таким образом, исследуя проблему мужской спортивной телесности в медиапространстве, мы увидели, что именно СМК в большей степени влияют на формирование у людей представлений и мнений о привлекательном человеческом теле. Для мужчин особенно важно иметь спортивное и привлекательное для женщин телосложение.

Список используемой литературы и источников:

1. Апциаури Л., Харитонашвили К. Система современного спорта как фактор социализации личности // ПИМБПФВС. – 2008. – №6. – С.164-166.
2. Астафьева О.Н. Компьютерная виртуальная реальность и искусство (к вопросу о расширении эстетического опыта личности) // Виртуальные реальности. Труды лаборатории виртуалистики. – Вып. 4.– М., 1998. – С. 141-145.
3. Бабушкин Е.Г. Формирование спортивной мотивации // ОНВ. – 2014. – №1 (125). – С.158-160.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: Рудомино, 2001. – 95с.
5. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального // Издательство Уральского университета. – Екб., 2000.– 230с.
6. Быховская И.М. Физическая культура как практическая аксиология человеческого тела: методологические основания анализа проблемы // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка.1996. – №2. – С.19-27.
7. Войтик Е.А. Концепции раскрытия темы «Спорт как элемент здорового образа жизни» в современных российских СМИ // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2013.–№4 (128).– С.169-175.
8. Выготский Л.С. История развития высших психических функций. Собрание сочинений, том 3. – М.: Педагогика, 1983 – 310с.
9. Гальцева Р.А. К определению места «новых философов» в новейшей философии // Общество. Культура. Философия: Материалы к XVII Всемирному философскому конгрессу. – М.– 1983.– С. 254.
10. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: Учеб. Пособие. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2002. – 424 с.

11. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ, и вступ. статья А. Д. Ковалева — М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. — 304 с.
12. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Проблемы конструирования реальности в процессах массовой коммуникации: гипотеза «agenda-setting» // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. — Екатеринбург, 1999. — Вып. 1. — С. 12-15.
13. Журова И.А. Влияние спорта на формирование личности // Интерэкспо Гео-Сибирь. — 2014. — №2. — С.129-132.
14. Журова И.А. Влияние спорта на формирование личности // Интерэкспо Гео-Сибирь. — 2014. — №2. — С.129-132.
15. И. Н. Димура Мужская телесность глазами мужчин // Вестник Академии Русского балета им. А.Я. Вагановой. — 2015.— №4.— С.167-176.
16. Лубышева Л. И. Социальная роль спорта в развитии общества и социализации личности / Л. И. Лубышева // Теория и практика физ. культуры. — 2016. — № 4. — С. 11-16.
17. Михель Д.В. Воплощенный человек: Западная культура, медицинский контроль и тело. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2000. — 204 с.
18. Мосс М. Общества. Обмен. Личность. — М. : КДУ, 2011. — 520с.
19. Некрасова Н. А., Горяинов А. А. Феномен человеческой телесности // Аналитика культурологии. — 2008. —№11. — С. 21-27.
20. Нуждёнв К. Э. Физическая культура: основы влияния на общество // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. — 2012. — №28. — С.918-921.
21. Рыбалова Т.В. Понятие о телесности в гуманитарных науках // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2008.— №5.— С.216-221.
22. Саваш Ю.М. Значение физического воспитания в формировании личности ребенка // Вектор науки Тольяттинского государственного

- университета. Серия: Педагогика, психология. – 2013. – №2 (13). – С.327-329.
23. Соколова Л.Ю. Феноменологическая концепция М. Мерло-Понти // Серия «Мыслители», История философии, культура и мировоззрение. – №3.– 2000.– С.164.
24. Тищенко П. Д. Тело страдания: философско-антропологическое истолкование // Бюллетень сибирской медицины. – 2006. – №5. – С.17-19.
25. Тупикова Сусанна Викторовна «Телесность» в социологическом дискурсе: общенаучные и социокультурные детерминанты теоретизирования // СИСП.– 2013. – №4 (24). – С.55.
26. Фуко М. Рождение клиники. – М.: Смысл,1998. – 310 с.
27. Харрис Р., Психология массовых коммуникаций/ Р.Харрис. – М.: «ОЛМА-ПРЕСС»,2002. – С. 14-19.
28. Хомподоева М.В., Олесов Н. П. Место и роль спортивно-массовой информации в информационной инфраструктуре региона // Вестник спортивной науки. – 2012. – №6. – С.72-74.
29. Эпштейн М. Тело на перекрестке времен. К философии осязания // Вопросы философии. – 2005. – № 8. – С. 66-80.
30. Ясавеев И. Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. – Казань, 2004. – С.74-76.
31. BodyMania. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/bodymaniaa> (Дата обращения: 5.04.2018г.).
32. Джиган – Надо подкачаться. – 2015. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gl5.ru/dzhigan-nado-podkachatsya.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).
33. Здоровый образ жизни: мониторинг. – ВЦИОМ. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9001> (Дата обращения: 25.05.2018г.).
34. ЛСП – Тело. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gl5.ru/lsp/telo.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).

35. Михель Д. Телетехнологии, телесность, виртуальная реальность. [Электронный ресурс] – Режим доступа: ivanem.chat.ru/mihel.htm (Дата обращения: 10.12.2017)
36. Миша Маваши – Цель разгром. – 2014. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gl5.ru/mavashi-misha-cel-razgrom.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).
37. Миша Маваши feat 25/17 – Моя крепость. – 2013. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gl5.ru/mavashi-misha-moya-krepost.html> (Дата обращения: 2.02.2018г.).
38. Социальная сеть Вконтакте. – 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://vk.com/about>. (Дата обращения: 2.02.2018г.).
39. Яндекс. Подбор слов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/> (Дата обращения: 02.02.2018).
40. Anderson E. PhD (2011) Masculinities and Sexualities in Sport and Physical Cultures: Three Decades of Evolving Research, *Journal of Homosexuality*, 58:5, 565-578, DOI: 10.1080/00918369.2011.563652 (Дата обращения: 04.04.2018).
41. Fadieieva K. Body image features and interpersonal strategies in adolescents // *European journal of education and applied psychology*. 2015. – №3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/body-image-features-and-interpersonal-strategies-in-adolescents> (Дата обращения: 11.04.2018).
42. Featherstone M. The Body in Consumer Culture // *Theory, Culture and Society*. – 1982. – Vol. 1 (2). – P. 18.
43. Jennifer Jacquet Is shame necessary? *NewUsesforanOldTool*. – 2015. – 30 p.
44. Merleau-Ponty M. *Phenomenologie de la perception*. – Routledge, 1999. – 569p.

Программа эмпирического исследования
«Отношение индивидов к образам спортивной мужской телесности на
массмедийном пространстве России»

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Обоснование проблемы исследования. Феномен телесности в современном обществе постепенно приобретает статус популярности. Социология тела молодое направление социологической науки, изучающее тело человека в контексте социального взаимодействия, истории и культуры, в частности:

- а) роль тела в процессах социального взаимодействия (и как экспрессивной формы, и как объекта манипуляций, связанных с утверждением власти и авторитета);
- б) символическое значение тела в культуре (которое проявляется, в частности, в магических и религиозных церемониях);
- в) роль социальных процессов в конструировании тела и воплощении в нем системы социальных отношений.

Телесность призвана выразить культурную, индивидуально-психологическую и смысловую составляющие человеческого существа. Она является многомерной, креативной, целостной информационной системой. 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. 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. Объект социологии телесности, само тело, изучалось как средство, инструмент для 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.

Средства массовой коммуникации являются важным инструментом в создании идеала-симулякра образа телесности. Мужская телесность в современном масс-медийном пространстве представляет собой конструкт, характеризующийся устойчивостью, универсальностью и шаблонностью. Данный образ обладает неукоснительными требованиями к спортивному телосложению, который составляет «ядро» телевизионного пространства. Образ спортивной мужской телесности распространяется в массы, в связи, с чем наблюдается «бум» приверженцев данного образа среди мужского населения России. Масс-медиа способны к фальсификации ценностей людей в отношении к спортивной деятельности. Происходит навязывание тех или иных идеалов, в особенности представлений о телесности. Все больше происходит широкая пропаганда «образов» спортивного телосложения.

Средства достижения, которого происходит зачастую не традиционными методами. Такими как:

- 1) спортивная деятельность с принципами здорового образа жизни, позволяет наиболее качественно достигать поставленной цели;
- 2) гиперактивная спортивная деятельность для достижения более высокой мускулиности, которая зачастую имеет отрицательные последствия;
- 3) применение фармацевтических препаратов, позволяющих достигать результата с меньшими усилиями и с большей скоростью. Юноши готовы к приему медицинских препаратов для совершенствования тела, что в итоге может привести к негативным последствиям. Интернет сообщества переполнено представителями данного метода, которые собственным примером пропагандируют вакцинации и биологически активные добавки.
- 4) диетическое питание, которое имеет разные специфические результаты;
- 5) социальные сети, во много определяют стандарт тела у молодого поколения. Применение специализированных компьютерных программ для конструкции тела, позволяют людям выглядеть по-иному в виртуальном мире.

Телесность в современном обществе – прогрессирующая отрасль социологического пространства. 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.

Объектом исследования являются жители города Тольятти, дифференцированные на две равные группы респондентов по критериям: возраст (18-30, 31-50) и пол.

Предмет исследования – спортивная мужская телесность как массмедийный образ в представлениях индивидов.

Цель изучения состоит в выявлении отношения индивидов к образам спортивной мужской телесности на массмедийном пространстве России.

В соответствии с целью поставлены следующие **задачи**:

- 1) Рассмотреть популяризированные методы совершенствования тела в СМК;
- 2) Выявить мотивационные и социальные установки мужчин к модернизации собственного тела, в частности посредством спортивной деятельности;
- 3) Выявить предпочтения женщин относительно образа мужской телесности.
- 4) Проанализировать социальные представления населения г.о. Тольятти о роли спорта в российской повседневности;

Гипотезы исследования:

- 1) Большинство опрошенных предпочитают естественные методы совершенствования тела;
- 2) Главным мотивом к модернизации собственного тела у мужчин является внешняя привлекательность;
- 3) СМК являются определяющим фактором формирования образа телесности в представлениях индивидов;
- 4) Спортивная мужская телесность является важным критерием привлекательности для современных российских женщин.

Системный анализ объекта исследования

Блок 1. Особенности представления о телесности:

- Оценка значимости внешнего вида человека в обществе;
- Представление о совершенном теле;
- Мнение о собственном теле;

- Предпочтения и желания по собственному телу.

Блок 2. Мужская телесность:

- Статус человека в обществе в зависимости от телесности;
- Методы совершенствования тела;
- Стереотипы о мужской телесности.

Блок 3. Тело в медийном пространстве:

- Тело в рамках рекламы;
- Ценностный идеал телосложения;
- ТВ программы, интернет ресурсы о телесности.

Блок 4. Субъективные аспекты занятий спортом при формировании тела:

- Удовлетворенность (внешним видом, здоровьем, психологическим настроением и т.д.);
- Мотивация достижения спортивного телосложения;
- Отношение к фармацевтическим препаратам;
- Мнения о личностных качествах, которые формирует спортивная деятельность;
- Мнения о влиянии спорта на здоровье.

Блок 5. Социально-демографические характеристики:

- пол (опрашиваются мужчины и женщины в равной пропорции);
- возраст;
- 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.

Мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека действовать специфическим, целенаправленным образом; процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения целей организации или личных целей.

Медиаданные – совокупность различных видов данных, содержащих текстовую, звуковую и визуальную информацию – графику, видео, анимацию (если они соединены в одном информационном материале, то к нему применимо название мультимедиа).

Контент – информационное содержание сайта (тексты, графическая, звуковая информация и др.), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др.

Идеал – образ совершенства, выступающий в качестве цели.

Социальный статус личности – это положение человека в обществе, которое он занимает в соответствии со своим возрастом, полом, происхождением, профессией, семейным положением.

Спорт – организованная по определённым правилам деятельность людей, состоящая в сопоставлении их физических и/или интеллектуальных способностей, а также подготовка к этой деятельности и межличностные отношения, возникающие в её процессе.

Анкета

Уважаемый респондент!

Кафедра социологии Тольяттинского государственного университета проводит социологическое исследование с целью выявления отношения населения г.о. Тольятти к феномену спортивного телосложения.

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, *допишите*, пожалуйста, свой ответ на свободной строчке. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

Заранее благодарим Вас за участие в социологическом исследовании!

1. Как Вы считаете, влияет ли внешний вид человека на его представительность в обществе?

1. Да, безусловно, влияет
2. Скорее да, чем нет
3. Скорее нет, чем да
4. Нет, не влияет

2. Оцените, пожалуйста, значимость внешнего вида человека в его повседневной деятельности?

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

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

3. Охарактеризуйте, пожалуйста, Ваше телосложение:

1. Мускулистое (фактурное, накаченное тело)
2. Спортивного телосложения (умеренное)
3. Стройное
4. Худое
5. Упитанное

4. 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, телосложение) _____ (укажите количество баллов)
3. Психическое равновесие _____ (укажите количество баллов)
4. Работоспособность _____ (укажите количество баллов)
5. Дисциплинированность, организованность _____ (укажите количество баллов)
6. Уверенность в будущем _____ (укажите количество баллов)
7. Личный успех _____ (укажите количество баллов)

8. Духовное развитие (рост) _____ (укажите количество баллов)
- 5. Опишите, каким Вы видите совершенное тело?
Ваш ответ: _____**
- 6. Какое телосложение является для Вас наиболее привлекательным относительно противоположного пола?**
1. Мускулистое (фактурное, накаченное тело)
 2. Спортивного телосложения (умеренное)
 3. Стройное
 4. Худое
 5. Упитанное
- 7. Как на Ваш взгляд должно выглядеть тело успешного мужчины?**
1. Мускулистое (фактурное, накаченное тело)
 2. Спортивного телосложения (умеренное)
 3. Стройное
 4. Худое
 5. Упитанное
- 8. Как Вы считаете, влияет ли телосложение мужчины на его положение в обществе?**
1. Да, влияние очень сильное
 2. Не совсем, влияние частичное
 3. Нет, телосложение и социально-экономический статус не зависят друг от друга
- 9. Какие методы преобразования тела Вы знаете?**
1. Здоровый образ жизни
 2. Спортивная деятельность
 3. Медикаментозное преобразование (стероиды, анаболики и т.д.)
 4. Спортивное питание (протеин, гейнер и т.д.)
 5. Диетическое питание
 6. Физическая культура (зарядка, пробежка и т.д.)
 7. Специализированные программы (photoshop), для конструкции тела в виртуальном пространстве
 8. Другое _____
- 10. Скажите, пожалуйста, какие способы преобразования тела Вы приемлите для собственного применения? (выберите не более трех вариантов ответа)**
1. Здоровый образ жизни
 2. Спортивная деятельность
 3. Медикаментозное преобразование (стероиды, анаболики и т.д.)
 4. Спортивное питание (протеин, гейнер и т.д.)
 5. Диетическое питание
 6. Физическая культура (зарядка, пробежка и т.д.)
 7. Специализированные программы (photoshop), для конструкции тела в виртуальном пространстве
 8. Другое _____

11. Оцените, пожалуйста, значимость спортивной деятельности в жизни мужчины?

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

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

12. Допускаете ли Вы применение фармацевтических препаратов для достижения совершенного тела?

1. Да, для достижения цели все средства хороши
2. В некоторых случаях допускается
3. Допускается, но для себя лично не стал(а) бы применять
4. Нет, применения фармацевтических препаратов я считаю недопустимым
5. Затрудняюсь ответить

13. Как Вы считаете, какие причины лежат в основе стремления человека добиться спортивного телосложения? (выберите, пожалуйста, не более 3-х вариантов)

1. Необходимость привлекательности для противоположного пола
2. Достижение популярности (известности)
3. Выделяться на фоне других, быть заметным
4. Стремление к самосовершенствованию
5. Желание стать сильным, здоровым, энергичным
6. Низкая самооценка, стремление ее повысить
7. Другое _____

14. Напишите, пожалуйста, какая популярная, известная («медийная») личность с Вашей точки зрения представляет собой идеальный образ телосложения?

1. _____
2. Нет таких образов

15. Какие качества личности, по Вашему мнению, формируют занятия физкультурой, спортом? (выберите, пожалуйста, не более 3-х вариантов)

1. Сила воли
2. Честность
3. Активность
4. Целеустремленность
5. Инициативность
6. Упорство, настойчивость
7. Самостоятельность
8. Патриотизм
9. Коммуникабельность
10. Дисциплинированность
11. Стремление к высоким достижениям
12. Затрудняюсь ответить
13. Другое _____

16. Как Вы думаете, кто (что) в большей степени влияет на формирование у людей представлений (мнений) о привлекательном человеческом теле? (выберите, пожалуйста, не более 3-х вариантов)

1. Культура общества, в котором родился и сформировался человек;
2. Телевидение (образы «медийных» личностей, телеведущих, первых лиц государства);
3. Facebook, Twitter, Вконтакте, Одноклассники и др. соц.сети;
4. Печатные СМИ (газеты, журналы);
5. Наружная реклама (в лифтах, биллборды и т.д.);
6. Образ любимого родителя, его телосложение;
7. Образ кумира (актера, певца и т.д.);
8. Мнение друзей, приятелей, одноклассников, студенческой группы;
9. Производители спортивных товаров, фармацевтических препаратов, диетического питания;
10. Другое _____

17. Как Вы относитесь к тому, что в современной рекламе присутствует образ обнаженного тела?

1. На мой взгляд, использование обнаженного тела недопустимо в рекламных сообщениях, так как рекламу видят дети, подрастающее поколение
2. Вполне нормально, обнаженное тело привлекает внимание аудитории (потребителей)
3. Мне безразличны эти факты, я не обращаю на них внимание
4. Затрудняюсь ответить

18. Скажите, пожалуйста, часто ли Вы видите рекламу, в которой присутствует обнаженное мужское тело?

1. Да, достаточно часто
2. Редко, так как нет времени следить за этим
3. Мне не встречается такая реклама

19. Знаете ли Вы о существовании интернет ресурсов (youtube каналы, сайты, сообщества и т.д.) или ТВ программ о спортивном телосложении?

1. Да (укажите какие именно?) _____
2. Нет, не интересовался (-ась) _____
3. Затрудняюсь ответить

20. Как Вы думаете, в современном российском обществе внешний образ человека (телосложение, лицо, ухоженность, манера одеваться, бренд одежды и обуви) ценится выше, чем его внутренняя красота (духовность)?

1. Безусловно, да;
2. Скорее да, чем нет;
3. Скорее нет, чем да;
4. Нет, это совсем не так.

21. Ваш пол:

1. Мужской
2. Женский

22. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:

1. 18-30
2. 31-50

23. Укажите, пожалуйста, уровень Вашего образования:

1. Основное общее образование
2. Среднее общее образование

3. Среднее профессиональное образование
4. Незаконченное высшее образование
5. Высшее образование

24. Оцените материальное положение Вашей семьи:

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)

25. Ваше семейное положение?

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

Спасибо за участие!

Приложение 3

Таблицы распределений по результатам анкетирования

Таблица 1: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о влиянии внешнего вида человека на его представительность в обществе»

Как Вы считаете, влияет ли внешний вид человека на его представительность в обществе?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1. Да, безусловно, влияет	59	27	54	32	64	32	64	27	54
2. Скорее да, чем нет	36	19	38	17	34	16	32	20	40
3. Скорее нет, чем да	4	4	8	0	0	1	2	3	6
4. Нет, не влияет	1	0	0	1	2	1	2	0	0

Таблица 2: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о значимости внешнего вида человека в его повседневной деятельности»

Оцените, пожалуйста, значимость внешнего вида человека в его повседневной деятельности?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1	1	1	2	0	0	1	2	0	0
2	3	1	2	2	4	2	4	1	2
3	23	10	20	13	26	7	14	16	32
4	48	26	52	22	44	26	52	22	44
5	25	12	24	13	26	14	28	11	22
Среднее	3,93	3,94		3,92		4		3,86	

Таблица 3: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о характеристике их телосложения»

Охарактеризуйте, пожалуйста, Ваше телосложение:	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Мускулистое (фактурное, накаченное тело)	3	2	4	1	2	1	2	2	4
2) Спортивного телосложения (умеренное)	37	25	50	12	24	19	28	18	36

3) Стройное	25	8	16	17	34	11	22	14	28
4) Худое	12	8	16	4	8	7	14	5	10
5) Упитанное	18	6	12	12	24	10	20	8	16
6) Полноватое	5	1	2	4	8	2	4	3	6

Таблица 4: «Сравнение оценки удовлетворенности собственными характеристиками мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения»

Оцените, насколько Вы удовлетворены следующими личными состояниями:	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1. Здоровье									
1	3	1	2	2	4	3	6	0	0
2	4	1	2	3	6	3	6	1	2
3	30	11	22	19	38	14	28	16	32
4	46	27	54	19	38	22	44	24	48
5	17	10	20	7	14	8	16	9	18
Среднее	3,7	3,88		3,52		3,58		3,82	
2. Физическая форма									
1	4	0	0	4	8	2	4	2	4
2	7	2	4	5	10	3	6	4	8
3	39	22	44	17	34	21	42	18	36
4	34	18	36	16	32	17	34	17	34
5	16	8	16	8	16	7	14	9	18
Среднее	3,51	3,64		3,38		3,48		3,54	
3. Психическое равновесие									
1	6	1	2	5	10	5	10	1	2
2	9	4	8	5	10	4	8	5	10
3	20	7	14	13	26	8	16	12	24
4	38	21	42	17	34	19	38	19	38
5	27	17	34	10	20	14	28	13	26
Среднее	3,71	3,98		3,44		3,66		3,76	
4. Работоспособность									
1	2	1	2	1	2	2	4	0	0
2	7	1	2	6	12	4	8	3	6
3	18	6	12	12	24	10	20	8	16
4	42	24	48	18	36	20	40	22	44
5	31	18	36	13	26	14	28	17	34
Среднее	3,93	4,14		3,72		3,8		4,06	
5. Дисциплинированность, организованность									
1	3	1	2	2	4	3	6	0	0
2	2	2	4	0	0	2	4	0	0
3	23	11	22	12	24	13	26	10	20
4	35	20	40	15	30	17	34	18	36
5	37	16	32	21	42	15	30	22	44
Среднее	4,01	3,96		4,06		3,78		4,24	

6. Уверенность в будущем									
1	8	3	6	5	10	7	14	1	2
2	10	6	12	4	8	6	12	4	8
3	30	8	16	22	44	14	28	16	32
4	33	24	48	9	18	16	32	17	34
5	19	9	18	10	20	7	14	12	24
Среднее	3,45	3,6		3,3		3,2		3,7	
7. Личный успех									
1	6	3	6	3	6	6	12	0	0
2	7	3	6	4	8	4	8	3	6
3	22	8	16	14	28	9	18	13	26
4	43	24	48	19	36	21	42	22	44
5	22	12	24	10	20	10	20	12	24
Среднее	3,68	3,78		3,58		3,5		3,86	
8. Духовное развитие									
1	5	3	6	2	4	4	8	1	2
2	7	3	6	4	8	3	6	4	8
3	26	12	24	14	28	13	26	13	26
4	32	17	34	15	30	18	36	14	28
5	30	15	30	15	30	12	24	18	36
Среднее	3,75	3,76		3,74		3,62		3,88	

Таблица 5: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения об их предпочтениях относительно противоположного пола»

Какое телосложение является для Вас наиболее привлекательным относительно противоположного пола?	Данные пообщему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Мускулистое (фактурное, накаченное тело)	7	2	4	5	10	5	10	2	4
2) Спортивного телосложения (умеренное)	64	30	60	34	68	30	60	34	68
3) Стройное	23	14	28	3	6	12	24	11	22
4) Худое	2	2	4	0	0	1	2	1	2
5) Упитанное	2	0	0	2	4	1	2	1	2
6) Полноватое	2	2	4	0	0	1	2	1	2

Таблица 6: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения об их мнении относительно телосложения успешного мужчины»

Как на Ваш взгляд должно выглядеть тело успешного мужчины?	Данные пообщему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Мускулистое (фактурное, накаченное тело)	4	2	4	2	4	2	4	2	4
2) Спортивного телосложения (умеренное)	79	38	76	41	82	38	76	41	82
3) Стройное	9	4	8	5	10	4	8	5	10
4) Худое	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5) Упитанное	5	3	6	2	4	4	8	1	2
6) Полноватое	3	3	6	0	0	2	4	1	2

Таблица 7: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о влиянии телосложения мужчины на его положение в обществе»

Как Вы считаете, влияет ли телосложение мужчины на его положение в обществе?	Данные пообщему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Да, влияние очень сильное	20	13	26	7	14	8	16	12	24
2) Не совсем, влияние частичное	60	31	62	29	58	32	64	28	56
3) Нет, телосложение и социально-экономический статус не зависят друг от друга	20	6	12	14	28	10	20	10	20

Таблица 8: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о методах преобразования тела»

Какие методы преобразования тела Вы знаете?	Данные пообщему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Здоровый образ жизни	94	44	21	50	19	50	20	44	19
2) Спортивная деятельность	88	43	20	45	17	46	18	42	19

Таблица 10: «Сравнение оценки значимости спортивной деятельности в жизни мужчин, по ответам мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения»

11. Оцените, пожалуйста, значимость спортивной деятельности в жизни мужчины?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1	2	1	2	1	2	2	4	0	0
2	1	1	2	0	0	0	0	1	2
3	22	13	26	9	18	12	24	10	20
4	39	17	34	22	44	20	40	19	38
5	36	18	36	18	36	16	32	20	40
Среднее		4		4,12		3,96		4,16	

Таблица 11: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения об их мнении относительно применении фармацевтических препаратов (медицинского вмешательства) для достижения совершенного тела»

Допускаете ли Вы применение фармацевтических препаратов(медицинского вмешательства) для достижения совершенного тела?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Да, для достижения цели все средства хороши	1	1	2	0	0	1	2	0	0
2) В некоторых случаях допускается	19	7	14	12	24	6	12	13	26
3) Допускается, но для себя лично не стал(а) бы применять	22	15	30	7	14	13	26	9	18
4) Нет, применения фармацевтических препаратов я считаю недопустимым	53	26	52	27	54	26	52	27	44
5) Затрудняюсь ответить	5	1	2	4	8	4	8	1	2

Таблица 14: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о том, кто влияет на формирование представлений о привлекательном человеческом теле»

Как Вы думаете, кто (что) в большей степени влияет на формирование у людей представлений (мнений) о привлекательном человеческом теле?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Культура общества, в котором родился и сформировался человек;	56	27	22	29	23	27	22	29	23
2) Телевидение (образы «медийных» личностей, телеведущих, первых лиц государства, спортсмены);	58	26	21	32	25	34	27	24	19
3) Facebook, Twitter, Вконтакте, Одноклассники и др. соц.сети;	35	13	11	22	18	18	14	17	14
4) Печатные СМИ (газеты, журналы);	6	4	3	2	2	0	0	6	5
5) Наружная реклама (в лифтах, биллборды и т.д.);	7	7	6	0	0	3	2	4	3
6) Образ любимого родителя, его телосложение;	16	11	9	4	3	6	5	10	9
7) Образ кумира (актера, певца и т.д.);	34	16	13	18	14	20	16	14	11
8) Мнение друзей, приятелей, одноклассников, студенческой группы;	32	16	13	16	13	16	13	16	13
9) Производители спортивных товаров, фармацевтических препаратов, диетического питания;	4	2	1	2	2	1	1	3	2
10) Другое	1	1	1	0	0	0	0	1	1

Таблица 15: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения об их отношении к рекламе с обнаженным телом»

Как Вы относитесь к тому, что в современной рекламе присутствует образ обнаженного тела?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) На мой взгляд, использование обнаженного тела недопустимо в рекламных сообщениях, так как рекламу видят дети, подрастающее поколение	32	13	26	19	38	21	42	11	22
2) Вполне нормально, обнаженное тело привлекает внимание аудитории (потребителей)	36	22	44	14	28	16	32	20	40
3) Мне безразличны эти факты, я не обращаю на них внимание	25	13	26	12	24	13	26	12	24
4) Затрудняюсь ответить	7	2	4	5	10	0	0	7	14

Таблица 16: Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о частоте фиксации взглядом рекламы с обнаженным мужским телом»

Скажите, пожалуйста, часто ли Вы видите рекламу, в которой присутствует обнаженное мужское тело?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Да, достаточно часто	26	9	18	17	34	14	28	12	24
2) Редко, так как нет времени следить за этим	62	33	66	29	58	31	62	31	62
3) Мне не встречается такая реклама	12	8	16	4	8	5	10	7	14

Таблица 17: «Сравнение ответов мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения о том, как ценится внешний облик человека»

Как Вы думаете, в современном российском обществе внешний образ человека (телосложение, лицо, ухоженность, манера одеваться, бренд одежды и обуви) ценится выше, чем его внутренняя красота (духовность)?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Безусловно, да;	14	9	18	5	10	5	10	9	18
2) Скорее да, чем нет;	59	27	54	32	64	31	62	28	56
3) Скорее нет, чем да;	22	12	24	10	20	11	22	11	22
4) Нет, это совсем не так.	5	2	4	3	6	3	6	2	4

Таблица 18: «Ответы мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения на вопрос об их поле»

21. Ваш пол:	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Мужской	50	50	100	0	0	24	48	26	52
2) Женский	50	0	0	50	100	26	52	24	48

Таблица 19: «Ответы мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения на вопрос об их возрасте»

22. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) 18-30	50	24	48	26	52	50	100	0	0
2) 31-50	50	26	52	24	48	0	0	50	100

Таблица 20: «Ответы мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения на вопрос об их уровне образования»

23. Укажите, пожалуйста, уровень Вашего образования:	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Основное общее образование	5	2	4	3	6	3	6	2	4
2) Среднее общее образование	7	3	6	4	8	6	12	1	2
3) Среднее профессиональное образование	14	11	22	3	6	6	12	8	16
4) Незаконченное высшее образование	29	11	22	18	36	24	48	5	10
5) Высшее образование	45	23	46	22	44	11	22	34	68

Таблицы 21: «Ответы мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения на вопрос об их материальном положении»

24. Оцените материальное положение Вашей семьи:	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Отличное (практически ни в чем себе не отказываем)	3	3	6	0	0	1	2	2	4
2) Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)	31	16	32	15	30	12	24	19	38
3) Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)	55	26	52	29	58	29	58	26	52
4) Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)	8	2	4	6	12	5	10	3	6
5) Очень трудное (едва сводим концы с концами)	3	3	6	0	0	3	6	0	0

Таблица 22: «Ответы мужчин и женщин, молодежи и взрослого поколения на вопрос об их материальном положении»

Ваше семейное положение?	Данные по общему массиву	Данные по подмассиву: мужчины	Данные по подмассиву: мужчины в %	Данные по подмассиву: женщины	Данные по подмассиву: женщины в %	Данные по подмассиву: 18-30	Данные по подмассиву: 18-30 в %	Данные по подмассиву: 31-50	Данные по подмассиву: 31-50 в %
1) Холост/ не замужем	45	24	48	21	42	36	72	9	18
2) Женат/замужем	37	19	28	18	36	6	12	31	62
3) Живем вместе, но официально не состоим в браке	15	5	10	10	20	8	16	7	14
4) Разведен/ разведена	3	2	4	1	2	0	0	3	6

**Программа контент-анализа видео канала на хостинге youtube
«Bodymania»**

Объектом данного исследования выступают видеоролики канала «Bodymania».

Предметом исследования является спортивная мужская телесность.

Цель данного исследования – рассмотреть спортивную мужскую телесность в медиапространстве посредством количественного и качественного анализа видеороликов.

Задачи:

1. Определить количество видеороликов, посвященных отдельным категориям спортивной деятельности, а также удельный вес, т.е. долю вещания в минутах, затраченную на каждый раздел канала;
2. Определить позицию и концепцию видеоканала к спортивной деятельности и здоровому образу жизни;
3. Рассмотреть виды модернизации телесности на видеоканале;
4. Выявить отношение коммуникатора к фармацевтическим препаратам и медицинскому вмешательству;
5. Выявить установки мужчин (коммуникатора и участников программ) к достижению спортивного телосложения.

Гипотезы исследования:

1. Объем внимания уделяемый бодибилдингу, значительно превышает объем внимания к другим проблемам;
2. Видеоканал ориентирован на естественные методы совершенствования тела;
3. Главная идея видеоканала распространить образ спортивной мужской телесности на широкую аудиторию.

Таблица 1

**«Видеоролики канала «Bodymania»
(апрель 2018 года)**

№	Дата выхода	Название видеоролика
1	1.04.2018	«Резкий дерзкий качок! Мясо рубка»
2	2.04.2018	«Войтенко повторишь?! Отжимания самурая»
3	3.04.2018	«Школьник в 16 лет! Халк из Чечни»
4	4.04.2018	«Жим лежа с ножевым ранением! Сарычев»
5	5.04.2018	«Драка качков 1 на 1 Мясо рубка»
6	6.04.2018	«МакГрегор сел в тюрьму! Замес с Хабибом»
7	6.04.2018	«Качки из фильма «Няньки»! Что с ними?»
8	6.04.2018	«БОЙ Хабиба Нурмагомедова!»
9	7.04.2018	«Конфликт синтольщика и Чеченского школьника!»
10	7.04.2018	«Победа Хабиба Нурмагомедова!»
11	8.04.2018	«Реальный бой - ДО И ПОСЛЕ! Мясо Рубка»
12	9.04.2018	«Быки из 90х! Качалка СССР»
13	10.04.2018	«СИЛА УДАРА - СЛОМАЛ РУКУ! Мясо Рубка»
14	11.04.2018	«Конфликт! Синтольщик vs школьник из Чечни»
15	12.04.2018	«Деньги за бодибилдинг!»
16	13.04.2018	«Войтенко принял вызов! Удар Сарычева»
17	14.04.2018	«Руки без синтола! Гигант Паата»
18	15.04.2018	«Синтольщик на ринге! После ЕГЭ школьника»
19	15.04.2018	«Качку прилетело в голову! Мясо Рубка»
20	16.04.2018	«История Халка! Сломал шею»
21	17.04.2018	«Синтольщика поймал качок!»
22	18.04.2018	«До и после - похудел к лету!»
23	19.04.2018	«Шлеменко проучил качка! Мясо Рубка»
24	20.04.2018	«Девушка Халк удивила! Заруба Войтенко»
25	20.04.2018	«Проверил турникмена! Войтенко vs Цыпленков»
26	21.04.2018	«Школьник поймал СИНТОЛЬЩИКА!»
27	21.04.2018	«Удар дерзкого качка! Мясо Рубка»
28	22.04.2018	«Удивил мышцами! Невероятные качки»

29	23.04.2018	«Что с Синтольщиком?! Русский Халк»
30	24.04.2018	«Лучше синтольщика! Парень удивил»
31	25.04.2018	«Реакция людей на турникмена в метро!»
32	26.04.2018	«Им уже за 60 лет! Актёры из Няньки»
33	27.04.2018	«Заруба школьника и синтольщика!»
34	27.04.2018	«Вышли раз на раз! Мясо Рубка»
35	28.04.2018	«Бой Фёдор vs Мир! Всех удивил»
36	30.04.2018	«Что скрывают бодибилдеры!»

Таблица 2

Смысловые единицы анализа	Индикаторы характеристик (единицы счета)	Способ количественной фиксации единиц счета (минуты)
Бодибилдинг	«Соревнования» (14 мин), «Кастинг» (26 мин), «Цена бодибилдинга» (9 мин), «Проект «Теперь ты в теме» (31 мин).	Итого: 80мин
Новости	«ММА» (23 мин), «Конфликт синтольщика с чеченским школьником» (29 мин), «Хабиб Нурмагометов» (17 мин), Силовой экстрим (7 мин)	Итого: 76 мин
Виды тренировок	«Катана» (9 минут), «Отжимания» (15 минут), «Ваакум» (7 мин), «Тренировка by Попов» (10 мин), «Тренировка в метро» (13 мин).	Итого: 54 мин
Фармацевтические препараты и спортивное питание	«Синтол» (20 мин), «Спортивное питание» (15 мин).	Итого: 35 мин

Истории спортсменов	«Кирилл Сарычев» (11 мин), «Дэвид и Питер Пол» (12 мин), «Евгений Золин» (12 мин), «Корнаузов Сергей» (7 мин), «Иван Водянов» (15 мин).	Итого: 57 мин
Тренировочный зал	«Увеличение массы» (10 мин), «СССР»(12 мин).	Итого: 22 мин

Операционализация понятий

Видеоролик – непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров.

YouTube – видеохостинговая компания, предоставляющая пользователям услуги хранения, доставки и показа видео.

Хостинг – услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети (обычно Интернет).

Пранк – шуточный розыгрыш, обман.

Синтол – это препарат, предназначенный для локального увеличения размера мускулов и придания им идеальной, упругой, накачанной формы

Бодибилдинг – это «телостроительство», то есть непрерывная работа над развитием силы, выносливости и наращиванием мускулатуры.

Халк – вымышленный персонаж, супергерой, обладающий сверхъестественной силой и мускулатурой.