

DOI: 10.35853/LAU.WS.2019.MD07
УДК 130.2:316.77

Трансформация тела в современной медиакультуре

Алла В. Дроздова,
АНО ВО «Гуманитарный университет»,
г. Екатеринбург, Россия
ORCID: 0000-0003-4160-6554, e-mail: drozdovaalla@mail.ru
Елена В. Власова,
Уральский государственный медицинский университет,
г. Екатеринбург, Россия
ORCID: 0000-0002-6013-3142, e-mail: lenashifu@list.ru

Аннотация. Отношение к «жизни тела» и его видимым канонам отражает самые значительные проблемы современной культуры, с их изменчивостью и драматичностью. В современных научных подходах тело больше не понимается только как «биологический факт», это социокультурный феномен, социальный конструкт, который воплощает систему социальных отношений и визуально репрезентируется медиа. В массмедийном пространстве транслируются самые разнообразные представления о телесности, что, с одной стороны, говорит об открытости и демократичности, возможности взглянуть по-иному на привычные телесные стереотипы. Более того, сетевые коммуникации открыли возможность для коллективной и публичной рефлексии, а также для выработки собственных версий телесной нормы. Но, несмотря на полисемантическую визуальную репрезентацию, они продолжают оставаться идеологически окрашенными и во многом обусловлены определенной культурной традицией и современной системой культурных кодов. Цель статьи – выявить, какие социокультурные каноны телесности, телесные образы воспроизводятся новыми медиа. Для изучения репрезентации телесности в качестве методологической доминанты была выбрана программа культурных и визуальных исследований. Наиболее релевантной представляется качественная методология, которая позволяет гибко и рефлексивно исследовать индивидуальные опыты репрезентации телесности и проводить культурологическую концептуализацию. Поэтому для исследования был использован анализ 30 высказываний в форме эссе респондентов в возрасте от 18 до 23 лет, для которых характерна высокая вовлеченность в социальные сети ВКонтакте и Instagram.

Ключевые слова: тело, телесность, телесные практики, визуальность, медиа, отчуждение.

Для цитирования: Дроздова А. В., Власова Е. В. Трансформация тела в современной медиакультуре // Благополучие и безопасность в условиях социальных трансформаций : сб. науч. тр. X Междунар. симпозиума (г. Екатеринбург, 9–10 июля 2019 г.) / ред. Е. Б. Перельгина, О. Ю. Зотова, А. В. Дроздова, Л. В. Тарасова. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2019. – С. 272–279. – ISBN 978-5-7741-0376-8. – DOI: 10.35853/LAU.WS.2019.MD07.



The Transformation of the Body in Today's Media Culture

Alla V. Drozdova,

Liberal Arts University – University for Humanities,
Yekaterinburg, Russia
ORCID: 0000-0003-4160-6554, e-mail: drozdovaalla@mail.ru

Elena V. Vlasova,

Ural State Medical University, Yekaterinburg, Russia
ORCID: 0000-0002-6013-3142, e-mail: lenashifu@list.ru

Abstract. Attitudes to “the life of the body” and its visible canons reflect the most significant challenges with their dramatic character and changeability. No longer do contemporary theoretical approaches interpret the body to mean only “a biological fact”. It is a socio-cultural phenomenon, a social construct that embodies a system of social relations and is represented by the media. Mass media translate diverse representations of corporeity. On the one hand, it speaks of openness and democracy, the possibility to take a new glance at habitual corporal stereotypes. Moreover, network communications have provided an opportunity for collective and public reflection and developing people's versions of the corporeal norm. But, despite a polysemantic nature of visual representations, they keep on being ideologically painted and largely determined by a particular cultural tradition and the current system of cultural codes. The article aimed to identify what socio-cultural canons of corporeity, corporeal images new media reproduce. The authors exploited the program of cultural and visual studies as a methodological dominant for examining the corporeity representations. In the authors' view, the most relevant of them is a quality technique that allows for analyzing, flexibly and reflexively, individual practices in the body representations and carrying out culturological conceptualization. It was the reason why we examined thirty utterances in the form of an essay written by the respondents aged 18–23. All of them were intensively involved in the social networks VKontakte and Instagram.

Keywords: the body, corporeity, bodily practices, visuality, media, alienation.

For citation: Drozdova AV, Vlasova EV. The Transformation of the Body in Today's Media Culture. In: Perelygina EB, Zotova OYu, Drozdova AV, Tarasova LV. (eds.) *Wellbeing and Security in the Face of Social Transformations: Collection of academic papers from the 10th International Symposium (Yekaterinburg, July 9–10, 2019)*. Yekaterinburg: Liberal Arts University – University for Humanities; 2019. p. 272–279. Available from: doi:10.35853/LAU.WS.2019.MD07.

Введение

В современной культуре медиа становятся основными источниками нашего представления о теле, канонах красоты и здоровья. Оказавшись в ситуации «реальности медиа», современный человек видит и мыслит глазами камер и объективов, теперь в наше зрение инкорпорированы те визуальные образы, которые мы наблюдаем в кино, цифровой фотографии, рекламе, социальных сетях. Современное потребление и производство визуального контента, связанного с развитием цифровых технологий (ежедневно около 350 миллионов фотографий загружаются в Facebook, около 55 миллионов фотографий ежедневно размещаются в Instagram) [14], изменило не только социальную коммуникацию и взаимодействие, но и наше представление о теле, нормах телесности и способах его идентификации.

Конечно, «забота о теле» существовала в разные культурно-исторические эпохи. Следует подчеркнуть то, что в разные периоды отно-

шение к «жизни тела» и его видимым канонам отражает, как правило, самые значительные проблемы современной культуры, с ее изменчивостью и драматичностью. В современной гуманитаристике нет устойчивого определения телесности, так как одни рассматривают телесность через «движение, жесты, поведенческие и физиологические паттерны», а другие ее понимают как надприродный аспект тела. Так, согласно структуралистской концепции М. Дуглас, в постиндустриальную эпоху тело начало рассматриваться как центр социального влияния и контроля, социальных норм, которые властно задаются современным медиаобществом [13, р. 80]. Именно поэтому в фокусе нашего внимания находятся социокультурные каноны телесности, образы тела, фантазмы, которые активно задаются и воспроизводятся современными медиа.

Методы исследования

Трансформация телесного происходит под влиянием визуального контента новых медиа, поэтому для изучения репрезентации телесности в качестве методологической доминанты была выбрана программа культурных, а также визуальных исследований. Кроме того, для анализа телесных режимов проблематично использовать количественные методы исследования. Наиболее релевантной представляется качественная методология, которая позволяет гибко и рефлексивно исследовать индивидуальные опыты репрезентации телесности и проводить культурологическую концептуализацию. Поэтому для исследования был использован анализ 30 высказываний в форме эссе респондентов в возрасте от 18 до 23 лет, для которых характерна высокая вовлеченность в социальные сети ВКонтакте и Instagram.

Результаты и обсуждение

Как отмечают исследователи С. Неттлетон и Дж. Ватсон, если и есть что-то определенное в этом мире, так это то, что мы все имеем тела. Потому что все, что мы делаем, мы делаем нашими телами – когда мы думаем, говорим, слушаем, едим, спим, ходим, отдыхаем, работаем и играем, мы «используем» наши тела [15]. Этот, казалось бы, очевидный факт делает проблематику телесности одной из самых значимых в социокультурных исследованиях, особенно в условиях современного массмедийного пространства, где репрезентируются самые разнообразные представления о телесности, от «маргинальных тел» до нормативных. Сегодня вряд ли можно говорить о едином телесном каноне, скорее наоборот, в последние годы в рекламе и на телевидении активно внедряются образы новых тел, ранее считавшиеся «ненормативными» и маргинальными: это пожилые, полные люди, инвалиды, трансгендеры. Появление разных типов телесности в медиа расширяет наше понимание красоты (С. Сонтаг писала, что можно прийти лишь к временной конвенции, что такое красота [8]), ведь чем больше разнообразие телесного в медиа, тем яснее мы понимаем, что нет общей нормы. Что, в сущности, говорит об открытости и демократичности, возможности взглянуть по-иному на привычные телесные стереотипы. Более того, сетевые коммуникации открыли возможность для коллективной и публичной рефлексии, а также для выработки собственных версий телесной нормы. За последний год таких примеров в цифровом медийном пространстве было реализовано немало. Так, в нашумевшем

российском спецпроекте #Нивкакиерамки, который стал частью мировой рекламной кампании Reebok #bemorehuman («Стань частью перемени»), автор Залина Маршенкулова, объясняя идеологию проекта, в своем блоге отметила, что «хватит переживать, что о тебе думают другие, хватит бояться быть не такой, хватит подчинять свою жизнь и внешность тому, что сказал партнёр или сосед» [6]. Или популярный сетевой челлендж #FaceApp, когда при помощи фильтра «состаривания» пользователи продемонстрировали другим свои будущие немолодые лица, заранее примирившись с травмирующим опытом постаревших лиц и тел. Кроме того, следует отметить, что в таких проектах, как «Травма красоты» или #Покажите нас (бренд Dove), свои фото без цифровой обработки выложили в Сеть многие селебрити, и эта тенденция на новую искренность в области телесности и «красоту с человеческим лицом» все больше заявляет себя в сетевой коммуникации.

Однако самым важным изменением в понимании телесности является то, что в современной культуре тело, по мысли Б. Дубина [4], становится объектом достижения и соревнования, его можно сокращать и наращивать, оно доступно технической обработке, и вместе с тем тело открыто всеобщему обозрению и публичной презентации. Вспомним: если в прошлые эпохи телесный идеал существовал, то он не считался достижимым, поэтому его и не думали добиваться. Телесные ритуалы, как отмечает С. Бордо, связанные с постом и аскезой, были уделом избранных, аристократов или священников, способных, как считалось, достигнуть духовного совершенства [3, с. 84]. Напротив, в современной культуре тело более не рассматривается как раз и навсегда данное, его каждый может культивировать через овладение и дисциплину. Так, в проведенном нами пилотном исследовании «Как менялось отношение к своему телу», в котором приняли участие 30 человек, 80 % респондентов (преимущественно девушки в возрасте от 18 до 20 лет) считают, что «строительство» собственного тела – это тот способ, который поможет обрести уверенность в себе. Наиболее ярко эта позиция отражена в эссе Даши Б.:

«Именно поэтому я считаю, что если человека что-то не устраивает в себе – пусть берет и меняет это, иначе никак. Толстый – запишись к врачу, начни правильно питаться, займись физкультурой. Не нравится, что вся кожа покрыта прыщами, – опять же запишись к хорошему дерматологу, гастроэнтерологу, начни ухаживать за своей кожей и следить за питанием. Нос кривой – накопи денег и сделай себе операцию, если нет противопоказаний, а пока научись использовать косметику так, чтобы она скрывала твои недостатки и подчеркивала достоинства».

Позиция активного реконструирования тела для респондентов, прежде всего, связана с неприятием своего природного, индивидуального тела; более того, «тело равное самому себе» отчуждается от себя самого, сообщества с Другим. Так, Вика Р. пишет:

«Только после скинутого килограмма, изнурительной тренировки или новой придуманной схемы изменения формы бровей я могла почувствовать удовлетворение своим лицом и телом, устав от всего этого, я осознала свою ничтожность. Меня измотало презрение себя в зеркале, невозможность встретиться с человеком или выйти прогуляться без косметики и правильной одежды...»

Как мы видим, природа больше не является единственным творцом тела, которое из «биологического факта» превращается в социальный конструкт [1; 2; 7; 9], тело становится результатом социального производства и регулирования. Все это приводит к тому, что для совершенствования тела, поддержания его здоровья, чистоты и украшения создана система телесных практик, технологий и социальных институтов моды, пластической хирургии, татуировки, правильного питания. Эти практики помогают если и не изменить тело, то создать видимость его изменений. В результате использования этих практик тело превращается в центр приложения технологий, из-за чего тело отчуждается, симулируется и все больше становится объектом для манипуляций и внешнего воздействия. Если Дж. Агамбен и М. Фуко считали, что причина отчуждения тела находится в экономическом и политическом строе общества, то в современной культуре еще одной властной силой становятся медиа. Как посредник и транслятор символических значений, медиа не только активно воспроизводят новые телесные практики, формируют для индивида установку: жить – это значит уметь изменить и показать себя, но и конструируют телесность, упрощая образ тела, как своего, так и чужого. Симптоматично, что респонденты рассказывают о своем психологическом комплексе, с которым живут несколько лет.

Настя Ч.:

«Он тянул меня вниз, занижал мою самооценку всё больше и больше. СМИ только подливали масла в огонь: во всех соцсетях, в рекламе, журналах – стройные девушки модельной внешности с этими желаемыми 90-60-90, которые так далеки от меня».

Поэтому отчуждение телесного возникает в результате несоответствия индивидуального тела коллективному, заданному медиа, отчего тело становится отчуждаемым от личностного бытия самого человека.

Необходимо отметить, что визуальные образы телесности, массово тиражируемые медиа, гиперболизируют телесное. Предлагая способы ревизии нашего тела, они укрупнили масштаб наших тел и лиц. Иными словами, медиа стали особой принудительной силой по отношению к телесности индивида, именно они задают образцы, как надлежит вести себя, двигаться, представлять себя другому [5]. Все это создает ситуацию, когда «вокруг тела разворачивается настоящая паника – сексуальная, спортивная, модельная, обусловленная именно исчезновением тела и избытком средств его симуляции» [10, с. 13]. Более того, в современной ситуации, по мысли Х. Бельтинга, само тело как транслятор смыслов становится живым медиа, «способным воспринимать, помнить, и проецировать образы. Тело, как обладатель и адресат образов, управляющий медиа как расширениями его собственных визуальных способностей. Тела получают образы, воспринимая их, в то время как медиа передают их телам» [12, р. 316].

Трансформация телесного связана и с принципиально новой ситуацией, благодаря которой современный человек существует одновременно в офлайн- и онлайн-реальности, когда все стали видеть всех. Прозрачное поле визуальной онлайн-среды позволяет пользователям умело просчитывать эффекты разных ракурсов тела, мгновенно демонстрировать модные позы и выражения лица. Благодаря этой визуальной компетентности пользователи социальных медиа более успешны в тех сферах, которые предполагают публичное само-

выражение, и их телесный язык создает основу для групповой идентификации. Основным становится желание показать себя привлекательным, идеальной версией себя. Теперь реальное тело начинает соотноситься с виртуальным, цифровым фантомом, причем цифровой образ становится все более инструментальным, отчужденным от природной телесности, его легко исправить, придать ему нормативный и привлекательный вид. Так, в случае селфи-снимков, репрезентирующего Я-образ, пользователь выступает не только в роли конструирующего свой культурный и социальный габитус, но и в роли конструируемого. Поэтому, несмотря на полисемантическую визуальную репрезентацию, они продолжают оставаться идеологически окрашенными и во многом обусловлены определенной культурной традицией и современной системой культурных кодов. Скорее, следует говорить о конвенциональной презентации тела, которое подчиняется жестким параметрам, навязанным нам как массовой культурой, так и множеством одинаковых изображений, опубликованных в инстаграме не только известными блогерами, но и обычными пользователями, претендующими на лайки и репосты своих фотографий.

Заключение

Таким образом, медиакultura, в которой преобладают визуальные репрезентации, конструирует телесность, делая ее предметом коллективного внимания и рефлексии. Представленность разнообразных образов тел в социальных медиа фиксирует плюральность и множественность современной телесной нормы, ее трансформацию, но вместе с тем в публичном пространстве медиа закрепляются эталонные образы/образцы, которые властно указывают, каким социальным канонам должно соответствовать тело.

Информация об авторах

Алла Владимировна Дроздова, доктор культурологии, доцент, завкафедрой рекламы и связей с общественностью, АНО ВО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург, Россия).

Елена Владимировна Власова, кандидат философских наук, доцент, завкафедрой философии, биоэтики и культурологии Уральского государственного медицинского университета (г. Екатеринбург, Россия).

Information about the authors

Alla V. Drozdova, Dr. Sci. (Cultural Studies), Associate Professor, Head of Department of Advertisement and Public Relations, Liberal Arts University – University for Humanities, Yekaterinburg, Russia.

Elena V. Vlasova, Cand. Sci. (Philosophy), Associate professor, Head of Philosophy, Bioethics and Culturology, Ural State Medical University, Yekaterinburg, Russia.

Список литературы

1. Агамбен Дж. Нагота. М. : Грюндриссе, 2014. 204 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М. : Республика : Культурная революция, 2006. 268 с.
3. Бордо С. Интерпретация стройного тела // Теория моды. 2015. № 34. С. 81–105.
4. Дубин Б. Идеальное тело и современное общество // Без границ: тело, общество, культура : официальный сайт фестиваля. 21.03.2014. URL: <http://acropolis-now.org/2014/03/21/boris-dubin-idealnoe-telo-i-sovremennoe-obshhestvo/> (дата обращения: 28.06.2019).

5. Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М. : КАНОН-пресс-Ц, 2000. 302 с.
6. Игла мужского одобрения: реклама Reebok вызвала скандал в сети // Sostav : независимый проект брендингового агентства Depot WPF. 08.02.2019. URL: <https://sostav.ua/publication/reklama-reebok-vyzvala-skandal-v-seti-80919.html> (дата обращения: 25.06.2019).
7. Нанси Ж.-Л. *Corpus*. М. : Ad Marginem, 1999. 255 с.
8. Сонтаг С. О фотографии. М. : Ad Marginem, 2013. 268 с.
9. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М. : Ad Marginem, 1999. 383 с.
10. Эпштейн М. Н. Философия тела. СПб. : Алетейя, 2006. 432 с.
11. Butler J. P. *Bodies that Matter, on the Discursive Limits of «Sex»*. New York, London : Routledge, 1993. 256 p.
12. Belting H. *Image, Medium, Body. A New Approach to Iconology* // *Critical Inquiry*. 2005. Vol. 31 (2). P. 302–319.
13. Douglas M. *Natural Symbols: Exploration in Cosmology*. New York : Routledge, 2003. 240 p.
14. Miller D. *Photography in the age of Snapchat* // London's Global University : Global Social Media Impact Study. 2 February 2014. URL: <https://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2014/02/02/photography-in-the-age-of-snapchat> (accessed : 26.06.2019).
15. Nettleton S., Watson J. *The body in Everyday Life: an Introduction* // *The body in Everyday Life* / Ed. by S. Nettleton, J. Watson. London, New York : Routledge, 1998. P. 1–23.

Статья поступила в редакцию: 08.11.2019
Принята к публикации: 10.12.2019

References

1. Agamben G. *Nagota [Naked Life and Nudity]*. Moscow: Gryundiss; 2014. 204 p. (In Russ.).
2. Baudrillard J. *Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury [The society of consumption. Its myths and structures]*. Moscow: Respublika; Kulturnaya revolyutsiya; 2006. 268 p. (In Russ.).
3. Bardot S. Interpretatsiya stroinogo tela [Interpretations of a slim body]. *Teoriya mody = The theory of fashion*. 2015;34: 81–105. (In Russ.).
4. Dubin B. Ideal'noe telo i sovremennoe obshchestvo [An ideal body and modern society]. *Without boundaries: body society, culture*. Official site of the festival. 21.03.2014. Available from: <http://acropolis-now.org/2014/03/21/boris-dubin-idealnoe-telo-i-sovremennoe-obshchestvo/> [Accessed 28.06.2019]. (In Russ.).
5. Goffman E. *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoi zhizni [The Presentation of Self in Everyday Life]*. Moscow: KANON-press-Ts; 2000. 302 p. (In Russ.).
6. Iгла мужского одобрения: реклама Reebok вызвала скандал в сети [A needle of a man's approval: the Reebok' ad stirred a scandal in the network]. *Sostav*. Website. 08.02.2019. Available from: <https://sostav.ua/publication/reklama-reebok-vyzvala-skandal-v-seti-80919.html> [Accessed 25.06.2019]. (In Russ.).
7. Nancy J-L. *Corpus*. Moscow: Ad Marginem; 1999. 255 p. (In Russ.).
8. Sontag S. *O fotografii [On Photography]*. Moscow: Ad Marginem; 2013. 268 p. (In Russ.).
9. Foucault M. *Nadzirat' i nakazyvat'. Rozhdenie tyur'my [Discipline and Punish. The death of the Prison]*. Moscow: Ad Marginem; 1999. 383 p. (In Russ.).
10. Epshtein MN. *Filosofiya tela [The philosophy of the body]*. Saint Petersburg: Aleteiya; 2006. 432 p. (In Russ.).
11. Butler JP. *Bodies that Matter, on the Discursive Limits of «Sex»*. New York, London: Routledge; 1993. 256 p.

12. Belting H. Image, Medium, Body. A New Approach to Iconology. *Critical Inquiry*. 2005;31(2): 302–319.
13. Douglas M. *Natural Symbols: Exploration in Cosmology*. New York: Routledge; 2003. 240 p.
14. Miller D. Photography in the age of Snapchat. *London's Global University: Global Social Media Impact Study*. 02.02.2014. Available from: <https://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2014/02/02/photography-in-the-age-of-snapchat> [Accessed 26.06.2019].
15. Nettleton S, Watson J. The body in Everyday Life: an Introduction. In: Nettleton S, Watson J. (eds.) *The body in Everyday Life*. London, New York: Routledge; 1998. P. 1–23.

Submitted 08.11.2019

Accepted 10.12.2019