

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ «APPEARANCE» ПЕРФЕКЦИОНИЗМА

Ильин Г.С.

Рассматриваются социокультурные факторы актуализации «appearance» перфекционизма. Указывается на доминирование перфекционистских стремлений личности относительно физических компонентов ее внешнего облика. Раскрывается роль СМИ в формировании критериев привлекательности, значимости идеалов красоты для современного человека, а также в возникновении у него социальной обеспокоенности по поводу своего внешнего облика и как следствие в возникновении установки на его изменение. Указывается на роль личностных факторов в формировании «appearance» перфекционизма, а также на то, что особое внимание при их исследовании необходимо уделять субъектному отношению к своему внешнему облику. Утверждаются социально-психологические особенности перфекционистской личности, которые могут приводить к затрудненному общению.

Ключевые слова: «appearance» перфекционизм, внешний облик, средства массовой информации, стереотип физической привлекательности, социальная обеспокоенность внешним обликом, телесные практики, субъектный подход к внешнему облику, социальные установки, интерперсональный перфекционизм, затрудненное общение.

В настоящее время проблема перфекционизма, связанного с внешним обликом,¹ активно освещается в научной литературе (Л.Т. Баранская, 2008; Е.Т. Соколова, 2009; В.В. Травова, 2008; Downey С.А. & Chang Е.С., 2007; Dunn J.G.H., Gotwals J.K., & Causgrove Dunn J., 2005; Evans P.C., 2003; Haase А.М., Prapavessis H., & Owens R.G., 2002 и др.). Во многих работах утверждается, что перфекционизм (чрезмерное стремление к совершенству) стал важнейшей характеристикой современного человека. Актуализация перфекционизма связывается с психологией консюмеризма (потребительства), характеризующей современное общество, в котором значимое место отводится идеальному, вечно молодому, стройному и подтянутому телу, являющемуся эталоном успешности, жизненной состоятельности, счастья и удовлетворенности собой [2]. Культ совер-

шенства, порождаемый таким образом, превращается в массовую погоню за идеалом, приобретающую черты зависимости, которую Е.Т. Соколова называет нарциссическим перфекционизмом. Е.Т. Соколова так описывает современного человека-нарцисса: «он постепенно теряет внутреннюю определенность..., его чувство Я диффузно, расплывчато... Жизнь теряет привлекательность и все усилия сконцентрированы на поддержании самоуважения. Сущность нарциссического самоутверждения состоит в непрестанной шлифовке манипуляций, заставляющих других людей обращать внимание на «блестящий фасад» и не замечать ужасающей внутренней пустоты...» [10, с. 69].

Другой причиной «appearance» перфекционизма является, так называемый феномен индивидуализации, возникающий в связи с процессом модернизации индустриального или капиталистического общества и превращение его в глобальное общество – «общество индивида» [2]. В таком обществе, по меткому замечанию Л.Т. Баранской «Человек становится импресарио собственного облика, реализуя стратегию своего личного жизненного маркетинга, рекламы и PR» [2, с. 88]. Но в результате оказывается, что «облик не опирается на логику различия, индивидуации... Человек не всегда

1 На наш взгляд, для обозначения перфекционистских тенденций личности, связанных с ее внешним обликом целесообразно использовать понятие «appearance» (от англ. appearance – внешность, внешний вид, внешний облик) перфекционизм» вместо более распространенного понятия «телесного перфекционизма». Так как вводимое нами понятие охватывает все компоненты, входящие в структуру внешнего облика, а не только тело (габитус)

контролирует этот имидж, который начинает жить своей жизнью, поскольку не отражает суть личности, ее идентичность, а является «личностью-для-других», обеспечивающей тайну возраста, этничности, пола» [там же].

В связи с данными характеристиками современного человека и общества в целом поднимаются проблемы «социокультурной патологии» самоидентичности (Е.Т. Соколова) и «культурной патологии» личности (Л.Т. Баранская). Существование данных феноменов указывает на огромную роль социально-культурных факторов в возникновении потребностей к совершенствованию телесности, внешнего облика.

Если рассматривать различные компоненты структуры внешнего облика, которые подвергаются идеализированию в современном обществе, и как следствие развиваются перфекционистские стремления личности по отношению к ним, то «большой удельный вес» принадлежит именно телу или физическим компонентам внешнего облика. Ж. Липовецки следующим образом говорит о соотношении значимости оформления тела посредством модной одежды и красоты самого тела: «Если мода в области одежды становится все менее настоятельной и ей отводится в бюджете все меньше места, то критерии красоты тела заявляют о себе с удесятенной силой. Чем единообразнее мода, тем с большей очевидностью стройное и сильное тело превращается в общепринятую норму» [цит. по 2, с. 91]. Кинестические же паттерны (образцы движений и манера держаться) формируются и преобразуются посредством систематических тренировок тела. Образ спортивного тела становится более важным, чем вся модная элегантность, которая его сопровождает [1].

В нашем информационном обществе ключевая роль в трансляции идеального, вечно молодого, здорового, подтянутого и сексапильного тела и ассоциированных с ним успеха, благополучия и удачи, принадлежит средствам массовой информации, которые наполнены поп-, глэм- культурным содержанием. СМИ влияют на формирования критериев «привлекательности», что доказывает факт социальной обусловленности в отношении телесной организации человека или физических компонентов его внешнего облика [11]. Подтверждением факта культурного влияния на оценку физических компонентов внешности могут служить исследования, проведенные на материале косметологии. Как отмечает Т.А. Ребенко, ссылаясь на работы Sarwer D.B., Cregand C.E [12], в последнее десятилетие не только расширился спектр «запросов» по оперативному изменению внешности, но и репертуар мишеней «оперативного воздействия». Социокультурные факторы обуславливают не только идеал красоты, но и значимость данного параметра для человека [9].

С.Е. Мартынов на примере подростков следующим образом объясняет формирование образа идеального тела в самосознании человека [8]. В обществе складывается стереотип физической привлекательности, предполагающий, что более красивые люди счастливее, сексуальнее, коммуникабельнее, умнее и удачливее. Усвоение данных представлений происходит в раннем детстве. СМИ используют этот стереотип для создания мифа о жизни обладателей красивой внешности. Затем этот мифический образ занимает место эстетического и этического идеала в мире подростка, а также идеального образа тела в его самосознании. Находясь под постоянным влиянием СМИ, транслирующих идеальные формы тела, человек пытается соответствовать им, при этом его самоотношение находится в тесной связи с оценкой собственного тела. Осознание несоответствия идеалам красоты порождает социальную обеспокоенность по поводу своего внешнего облика. В результате формируется установка на его изменение

Однако не следует абсолютизировать роль социокультурных факторов в формировании перфекционистских тенденций личности, касающихся ее внешнего облика. Согласно классическому положению культурно-исторической теории Л.С. Выготского, внешнее (социокультурные факторы) действует через внутренние причины и только в том случае, если эти воздействия имеют отношение к внутренним состояниям системы, например, личностной организации [4]. В связи с этим необходимо рассматривать личные особенности людей в категориях потребностей, мотивов, ценностей, совладающих стратегий, когнитивной оснащенности и т.д. [3], обеспокоенных своей внешностью и постоянно прибегающих к разного рода телесным практикам и способам изменения (улучшения) своего внешнего облика. Помимо институциональных стандартов (в которых проявляется влияние глобального общества) в формировании тела принимает активное участие его обладатель: «Нет ни малейших оснований считать «я», сложившееся на основании переживания собственного тела и связанное с ним нерасторжимыми узами, послушным исполнителем чужих приказов, покорно воспроизводящим институционально принятые модели» [2, с. 91]. Так, типичными потребителями услуг, предлагаемых индустрией красоты, становятся люди, лишенные внутренних ориентиров, склонные к социальному конформизму, автоматически и некритически усваивающие пропагандируемые СМИ ценности и социокультурные стереотипы, относящиеся к телесному несовершенству и признакам старения, подталкивающих людей к самым радикальным методам усовершенствования внешности [10]. Но эти данные характеризуют лиц с погранично-нарциссической личностной организацией (Е.Т. Соколова), находящейся на границе с патологическим нарциссизмом.

При рассмотрении же «арреарансе» перфекционизма основанном на «нормативной» социальной обеспокоенности своим внешним обликом обсуждаемые внутренние причины наполняются другим содержанием. В прояснении последних необходимо прибегнуть к субъектному подходу к внешнему облику, предлагаемому В.А. Лабунской [7]. С позиции данного подхода внешний облик представляет собой репрезентацию «моделей мира», активно выстроенных субъектом, а преобразовательная активность, направленная на внешний облик, является средством преобразования этим субъектом самого мира, личности и ее бытия [там же]. Неудовлетворенность своим внешним обликом, возникающее желание его изменить являются показателями субъектного отношения к нему, включения его в систему значимых переживаний и превращения в одну из ценностей, «смысловых центров человеческого бытия» [там же].

Таким образом, несмотря на явные социокультурные факторы, приводящие к возникновению неудовлетворенности внешним обликом, нельзя относиться к данному феномену однозначно. Для его полного понимания и исследования перфекционистских установок личности, касающихся ее внешнего облика, необходимо учитывать и «внутренние причины», среди которых отводится особое место субъектному отношению личности к своему внешнему облику.

С другой стороны, при рассмотрении «арреарансе» перфекционизма как социально-психологического феномена, возникает необходимость раскрытия социальных установок перфекционистской личности. Данная характеристика может быть концептуализирована в рамках так называемого интерперсонального перфекционизма, представляющего собой отдельный компонент перфекционизма [5]. Так из представленных в литературе многомерных моделей перфекционизма (модели П. Хьюита и Г. Флита; Р. Фроста, Р. Слэни и Дж. Эшби) его интерперсональному компоненту в модели Хьюита и Г. Флита соответствуют параметры: «перфекционизм, адресованный другим людям» (ожидание совершенства от людей и постоянное их оценивание), «социально-предписываемый перфекционизм» (убежденность, что люди нереалистичны в своих ожиданиях, в том числе и касательно самого индивида) [5]. В рамках модели Р. Слэни и Дж. Эшби выделяется параметр «проблема в интерперсональных отношениях». Помимо этого «арреарансе» перфекционизм в своем интерперсональном компоненте может быть связан со склонностью завистливого отношения к людям, чей внешний облик по субъективным оценкам перфекционистской личности является «лучше». Как отмечает Б. Килборн: «зависть играет важную роль в защите от стыда» [6, с. 46], возникающего в результате крайней неудовлетворенности своим внешним обликом.

Данные социально-психологические характеристики личности могут выступать причинами затрудненного общения. В этой связи, на наш взгляд, особенно актуальным представляется исследование перфекционистской личности как субъекта затрудненного общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алкемайер Т. Социология спорта. Телесные практики субъективации и самоинсценировки / Пер. с нем. В. Калиниченко // Логос. – 2006. – 3 (54). – С. 141–146.
2. Баранская Л.Т. Психология нарциссической трансформации действий человека, направленных на изменение внешности // Известия Уральского государственного университета. – 2008. – № 56. – С. 88–97.
3. Баранская Л.Т. Развитие специфического личностного синдрома у пациентов эстетической хирургии // Известия Уральского государственного университета. – 2008. – № 60. – С. 26–34.
4. Выготский Л.С. Собр. соч.: В 6 т. – М., 1983. – Т. 3.
5. Гаранян Н.Г. Психологические модели перфекционизма // Вопросы психологии. – 2009. – № 5. – С. 74–83.
6. Килборн Б. Исчезающие люди: стыд и внешний облик / Пер. с англ. – М.: «Когито-Центр», 2007. – 269 с. (Библиотека психоанализа).
7. Лабунская В.А. Субъектная интерпретация феномена «нормативной неудовлетворенности внешним обликом». Субъектный подход в психологии / Под ред. А.Л. Журавлева, В.В. Знакова, З.И. Рябикиной, Е.А. Сергеевко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. – С. 355–371.
8. Мартынов С.Е. Влияние СМИ на отношение человека к собственному телу (на материале молодежной аудитории). Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т. II: Феномен «разорванной коммуникации»: Сб. статей / Под ред. Я.Н. Засурского, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой, Е.Л. Вартановой, А.И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 399 с.
9. Ребенко Т.А. Гендерная идентичность и репрезентация тела у женщин // Психологический журнал. – 2010. – Т. 31. – № 1. – С. 15–31.
10. Соколова Е.Т. Нарциссизм как клинический и социокультурный феномен // Вопросы психологии. – 2009. – № 1. – С. 67–81.
11. Fallon E.A., Hausenblas H.A. Media image of the «ideal» female body: Can acute exercise moderate their psychological impact? // Body Image. – 2005. – V. 2. – N 1. – P. 81–86.
12. Sarwer D.B., Crerand C.E. Body image and cosmetic medical treatment // Body Image. – 2004. – V. 1. – N 1. – P. 99–111.