

## ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ О ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ КРАСОТЕ ЖЕНЩИНЫ

**Погонцева Д.В.**

*В данной статье рассматривается проблема представлений о внешней и внутренней красоте женщин современной молодежью. Рассмотрены представления о внешней красоте: выделены основные понятия. Выделены основные характеристики описания внутренней красоты женщины.*

**Ключевые слова:** *внешняя красота, внутренняя красота, волосы, глаза, пропорции, доброта, понимание, эмпатия, ум, представления, калокагатия.*

Все чаще в публикациях отечественных и зарубежных авторов высказывается мысль о том, что внешность человека создает образ и внутреннюю структуру человека, что она типизирует его, отражает общность, к которой он принадлежит. Несмотря на это, до сих пор изучение внешней красоты человека в различных социальных контекстах остается на периферии научных интересов многих наук, в том числе и психологии. В свою очередь внутренняя красота, практически никогда не затрагивается. В.П. Зинченко [2] задал вопрос об «одушевление тела или овнешнение души?». И хотя в своей работе В.П. Зинченко рассматривает дихотомию тело – дух, именно данный подзаголовок имеет для нас огромное значение. Является ли красота внешней или внутренней, или это взаимосвязь, судить сложно, а достоверно измерить невозможно.

В последнее время все чаще учеными различных областей знаний поднимается проблема изучения представлений об идеальной внешности и красоте, что диктуется активным развитием рекламы косметических средств, фитнес-центров, спа-салонов, пластических операций). Каждая вторая реклама демонстрирует современные «идеалы красоты», стандарты, к которым следует стремиться. Следует так же подчеркнуть, что в данном контексте мы говорим об эстетическом идеале, как об образе «должной красоты», который существует в сознании человека, являясь «высшим субъективным критерием эстетического отношения к действительности во всех его видах» [6]. В свою очередь внешний облик – это конструкт который является полисемантическим, ценностно-смысловым образованием, на интерпретацию которого влияет весь комплекс характеристик ситуации общения, встроеной в определенный социокультурный контекст.

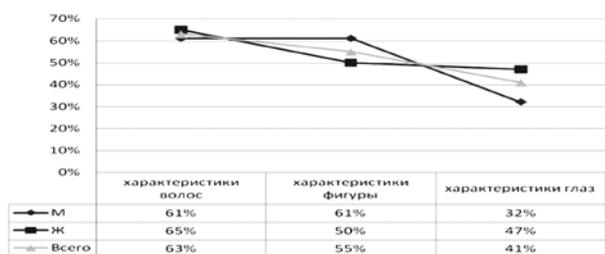
В.А. Лабунская указывает на то, что внешность личности определяется как совокупность устойчивых (физиогномика, индивидуально-конституциональные характеристики человека), среднеустойчивых (оформление внешности: прическа, косметика, украшения, одежда) и динамических параметров выражения (экспрессивное, невербальное поведение), организующихся в пространственно-временные структуры и перестраивающихся по ходу развития психофизиологических, психологических и социально-психологических компонентов структуры личности миром. Таким образом, можно отметить, что современная «индустрия красоты» влияет не только на изменения среднеустойчивых и динамических параметров, но и активно влияет на устойчивые параметры (фигура, телосложение). Что бы наглядно подтвердить данное предположение, мы подняли вопрос о представлениях современной молодежи о внешней красоте. Более того мы можем предположить, что именно молодежь станет ретранслятором тех представлений об «идеальной внешности» которые существуют в современной рекламе и СМИ. Большинство авторов Л. Кирквуд, Т. Лъечти, Д. Синг [8, 9, 12] и другие рассматривали различные аспекты влияния СМИ на отношение людей к себе, собственному телу и красоте в целом. Однако в России данный аспект оставался малоизученным. В свою очередь, понятие «внутренней красоты» не рассматривалось ни в Российских, ни в зарубежных исследованиях. Хотя в некоторых европейских и американских работах рассматривается соотношение «красиво – значит хорошо» (S.V. Paunonen, 2006; I. R. Olson, Ch. Marshuetz, 2005; R. Felson, G.W. Bohrnstedt, 1979).

Для изучения представлений современной молодежи о внешней и внутренней красоте женщины, нами были опрошены студенты различных ВУЗов

и факультетов г. Ростова-на-Дону (ЮФУ (факультет психологии, филологии), ДГТУ (технические специальности, художественное литье), РГСУ (экономическая специализация)). В исследовании приняло участие 341 человек; из них 134 молодых человека и 207 девушек, в возрасте от 16 до 25 лет. Студентам предлагалось дать свободное описание внешне и внутренне красивой женщины. Все полученные результаты были подвергнуты частотному анализу и проанализированы.

При описании внешней красоты из 341 человека, 14 человек не дали ответа (7 девушек и 7 молодых людей), за отсутствие ответа также считались ответы «все женщины красивы» и «такая, как моя девушка/мама/бабушка». Таким образом, в дальнейшем анализировались ответы 327 человек. Всего было названо 1498 позиций, описывающих различные аспекты внешности «красивой женщины». При этом молодые люди давали меньшее количество ответов, в среднем 3,96; в то время как девушки в среднем давали 4,97 варианта.

Нами были выделены наиболее часто повторяющиеся характеристики, которые мы объединили в три категории: характеристики волос (вьющиеся, длинные, здоровые, пушистые, короткие, темные, светлые); характеристики фигуры (хорошая, правильная, «гитара», «песочные часы», стройная, пропорциональная); характеристики глаз (большие, выразительные, миндалевидные, цвет) (данные представлены на графике 1).



**График 1. Процентное соотношение выбора различных характеристик внешности**

Таким образом, мы можем отметить три наиболее значимые категории характеристик в описании внешности красивой женщины: это волосы, фигура и глаза. Следует так же подчеркнуть, что большинство рекламных сообщений содержат эти характеристики, однако наравне с этим данные характеристики, точно также описываются и в сказках, как русских, так и народов Европы. Поэтому на данном этапе мы не можем говорить об этимологии данных представлений, однако можно предположить что волосы, глаза и пропорции фигуры являются культурно и исторически обусловленными признаками здоровья и красоты. Категория волос является сакральной еще древности (миф о Самсоне) до современности (реклама шампуней, в которых подчеркивается значимость

красоты и здоровья волос). В русских потешках и сказках волосы также играют огромное значение. Примером может служить песня:

«Моя русая коса всему городу – краса;  
Ребятюшкам сухота  
А девицам честь-хвала».

Отдельным фактором являются категории фигуры. к описанию красоты тела через пропорции обращались Аристотель, Дюрер, Да Винчи и др. в наше время изучением пропорций и выяснением того, какие параметры считаются более красивыми, в основном занимаются медики применительно к эстетической хирургии (коэффициент BMI – кг/м<sup>2</sup>, WHR – соотношение объема талии к бедрам, симметрия лица и др.). Однако в современном мире на нас оказывают сильное влияние средства массовой информации, реклама и кино, которые пропагандируют определенные формы. В свою очередь молодежь, как основной потребитель, ретранслирует данные представления. Помимо описаний глаз по форме и цвету, в некоторых анкетах встречался афоризм «Глаза – зеркало души», что так же говорит о том, что описывая глаза, респонденты наделяли их неким дополнительным смыслом, не связанным на прямую с формой или цветом.

Другие характеристики встречались значительно реже, однако, учитывая, что вопрос был открытым, такая частота выбора может считаться значимой и показательной. Среди таких характеристик: полные, чувственные губы (36 человек); пышная, естественная грудь (29); узкая, осиная талия (19); широкие, округлые бедра (10); прямой, греческий, курносый нос (13); ровные, белые зубы (8). Интересно отметить, что одни и те же респонденты указывали на то, что внешне красивая женщина должна обладать пропорциями 90-60-90 (9) и при этом иметь узкую талию (7 из 9). Таким образом, можно уверенно говорить о том, что данные пропорции «взяты» из СМИ и рекламы, при этом респонденты не представляют, как именно эти пропорции выглядят. Таким образом, мы можем говорить о том, что молодежь репрезентирует стереотипы, существующие в обществе и рекламе.

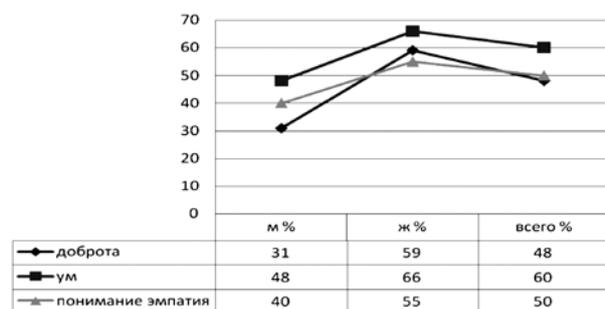
Исходя из полученных результатов, если принимать во внимание более редкие ответы, возможно, построить некий образ, который существует в сознании современной молодежи. Это высокая или среднего роста (72 ответа) девушка, с симметричным/пропорциональным телосложением (50), с длинными волосами (78), с темными волосами (50), ухоженная (77), с большими глазами (39), с «модельной» и/или спортивной фигурой (30).

При описании внутренней красоты из 341 человека – 12 не дали ответа (6 девушек, 6 молодых людей). Таким образом, в дальнейшем анализировались ответы 329 человек. Всего было названо 1388 позиций, описывающих различные аспекты внутренней

красоты женщины. При этом молодые люди давали меньшее количество ответов, в среднем 3,25; в то время как девушки в среднем давали 4,83 варианта. Помимо того, что описывая внутреннюю красоту, было названо меньшее количество определений, можно так же отметить, что при описании внутренней красоты наблюдался большой разброс ответов. Однако, не смотря на это, можно выделить несколько групп характеристик, которые повторялись наиболее часто.

Наиболее часто используемая характеристика описания внутренне красивой женщины – доброта/доброжелательность – 159 упоминаний (49%), умная – 122 упоминание (37%). Так же довольно часто упоминаются различные аспекты помощи и понимания другого, такие как: заботливая (23), готова помочь (7), отзывчивая (43), понимающая (54), сочувствующая (4), толерантная (2), умеет выслушать (10), может поддерживать (2). Таким образом, все упоминания различных аспектов «эмпатии» составляют около 42%. В свою очередь на ряду с понятием «умная» респонденты называли такие характеристики, как «мудрая» (39 человек), интеллектуальная (8), интересная в общении (25), не глупая (2), начитанная (2), образованная (10), разносторонне развитая (10), широкий кругозор (6). Таким образом, упоминания ума и образованности, составляют 60%. Категория ума имеет культурный контекст, поскольку проблема соотношения ума и красоты затрагивается в пословицах и поговорках: красота без разума пуста; красота – до венца, а ум до конца; ученье – красота, а неученье – сухота; бог красоте ума не привязал; сила да разум – краса человека; красавица без ума – что кошелек без денег; на красивую глядеть хорошо, а с умной жить легко и др.

Таким образом, мы можем выделить три основных характеристики внутренней красоты (график 2).



**График 2. Процентное соотношение выбора характеристик внутренней красоты**

Таким образом, мы можем говорить о том, что в представлениях о внутренней красоте женщины чаще всего называются три характеристики: доброта, ум и понимание/эмпатия.

В толковом словаре С.И. Ожегова под добротой понимается «отзывчивость, душевное расположение к людям, стремление делать добро другим», в этой

связи возникает вопрос, возможно ли объединение категории добрая/доброжелательная с категориями отзывчивости. Не смотря на такое толкование «доброты», в данном контексте мы не стали объединять эти две категории, поскольку как отмечали, респонденты, большинство из них вкладывало в эти два определения разное наполнение. В связи с этим, эти два понятия относятся к разным категориям, хотя в другом контексте могут быть синонимичны. В то же время «доброта» имеет культурологическое значение для России. Доброту связывают с красотой как в пословицах и поговорках (Не ищи красоты, а ищи доброты; Красота до вечера, а доброта навек; Не одежда красит человека, а добрые дела и др.), так и в сказках: «Было у крестьянина три дочери. Старшая и средние завистливые и злые, а младшая Машенька, добрая, ласковая, работающая, неписанной красоты». Исходя из этого, можно говорить о том, что в сказочном фольклоре красота, объединяет красоту поступков, чувств, желаний и мыслей, и является синонимом понятий доброта, смелость, трудолюбие, сила, в итоге, красота внешняя сближается с внутренней красотой.

Интересно отметить, что одно из первых разделений красоты на внешнюю и внутреннюю можно наблюдать еще в Античный период – калокагатия. Калокагатия – это древнегреческая идея воспитания человека, сочетающая в себе совершенство телесного сложения и духовно-нравственного склада, единство Красоты и Доброты. Это так же идеал человека, сочетающего в себе совершенство тела и внутреннее нравственное благородство. Говоря о доброте, следует так же отметить, что описывая внешнюю красоту, несколько респондентов указали такие характеристики, как «излучает доброту» и «доброе лицо». Исходя из этого, данная категория не является однозначно «внутренней», но отражается во внешности.

Однако, не смотря на то, что другие характеристики используются реже, было бы неправильно не учитывать и их, поскольку при опросе респондентов не задавались критерии ответов, в связи с чем, хотелось бы так же выделить и другие описания, которые повторялись. Среди таких характеристик можно выделить: вежливая (7 человек); верная (9); воспитанная (8); гармоничная (9); тактичная (9); харизматичная (9); искренняя (23); ласковая (13); любящая (16); обаятельная (17); скромная (13); целеустремленная (8); честная (16); эмоциональная (9). Отдельное место следует выделить характеристикам с частицей «не», которые, в основном имели единичные повторы, в то время как их суммарное значение около 25%. К таким характеристикам относятся «не глупая», «не злая», «не слишком умная» и т.д.

В отдельную категорию можно вынести категорию улыбки, поскольку данной характеристикой респонденты описывали как внешнюю (22), так

и внутреннюю красоту женщины (11). Как отмечает И.А. Стернин [6] «в русском коммуникативном сознании существует императив: улыбка должна являться искренним отражением хорошего настроения и хорошего отношения. Не принято улыбаться «просто так», чтобы поднять настроение собеседника, чтобы сделать приятное, чтобы поддержать человека – этих функций у русской улыбки нет. Чтобы иметь право на такую улыбку, надо действительно хорошо относиться к человеку или быть в хорошем, приподнятом настроении». Таким образом, данное утверждение может являться отражением данного высказывания и тем более использование данной категории в соотношении и с внутренней, и с внешней красотой.

Как, в свою очередь, отмечает О.В. Дивненко [1, с. 39] противоречие между внешней красотой человека и его нравственной, эстетической сущностью порождает парадокс: человек может быть красив, но не прекрасен; человек может быть прекрасен, но не красив. Исходя из вышесказанного, мы можем говорить о том, что у современной молодежи есть довольно сформированное представление о внешней и внутренней красоте женщины, которая включает в себя несколько характеристик. В представление о внешней красоте входят характеристики волос, глаз и фигуры (пропорциональность, спортивность). В то же время в представления о внутренней красоте включены такие понятия, как доброта, эмпатия и характеристики ума. Однако трудно определить истоки возникновения данных представлений довольно сложно. Можно предположить, что современная молодежь синтезировала знания, полученные из сказок и русского фольклора, с одной стороны. И знания, полученные из современной рекламы и СМИ, с другой стороны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дивненко О.В. Эстетика. – М.: Изд. центр «А3», 1995. – 39 с.
2. Зинченко В.П. Психология на качелях между душой и телом // Человек. – 2005. – №2,3. URL: <http://courier.com.ru/homo/index.html>.
3. Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. – Ростов н/Д: Феникс, 1999. – 608 с.
4. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Изд-во «А3Ъ», 1992.
5. Стернин И.А. О некоторых особенностях русского общения // Болгарская русистика, 1992. – N2. – С. 23-24.
6. Столович Л.Н. Категория «прекрасного» и общественный идеал. – М.: Изд-во Искусство, 1969. – С. 8.
7. Felson R.B., Bohrnstedt G.W. "Are the Good Beautiful or the Beautiful Good?" The relationship between children's perception of ability and perceptions of physical attractiveness // *Social Psychology Quarterly*. – 1979. – Vol. 42. – № 4. – P. 386-392.
8. Kirkwood L. An Artist's Perspective on Body Image, the Media, and Contemporary Society // *Journal of Nutrition Education and Behavior*. – 2005. – Vol. 37. – Supplement 2. – P. S125-S132.
9. Liechty T. Body image and beliefs about appearance: maternal influences and resulting constraints on leisure of college-age women // A thesis submitted to the faculty of Brigham Young University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, Department of Recreation Management and Youth Leadership Brigham Young University. – April 2004.
10. Olson I.R., Marshuetz Ch. Facial Attractiveness Is Appraised in a Glance // *Emotion*. – 2005. – Vol. 5. – Issue 4. – P. 498-502
11. Paunonen S.V. You are honest, therefore I like you and find you attractive // *Journal of Research in Personality*. – 2006. – Vol. 40. – Issue 3. – P. 237-249.
12. Singh D. An evolutionary theory of female physical attractiveness // *Psi Chi*. – Vol. 10. – № 3. – P. 18-19, 28-31.
13. Singh D. Is thin really beautiful and good? Relationship between waist-to-hip ratio (WHR) and female attractiveness *Personality and Individual Differences*. – 1994. – Vol. 16. – Issue 1. – P. 123-132.
14. Singh D. Waist-to-hip ratio and judgment of attractiveness and healthiness of female figures by male and female physicians. *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*. – 1994. – № 18 (11). P. 731-737.
15. Singh D., Randall P.K. Beauty is in the eye of the plastic surgeon: Waist-hip ratio (WHR) and women's attractiveness // *Personality and Individual Differences*. – 2007. – Vol. 43. – Issue 2. – P. 329-340.
16. Singh D., Young R.K. Body weight, waist-to-hip ratio, breasts, and hips: Role in judgments of female attractiveness and desirability for relationships // *Ethology and Sociobiology*. – 1995. – Vol. 16. – Issue 6. – P. 483-507.
17. Sparhawk J.M. Body image and the media: the media's influence on body image // Fulfillment of the Requirements for the Master of Science Degree With a Major in Mental Health Counseling University of Wisconsin- Stout. – 2003. – P. 345-349.