кто транслирует и контролирует передаваемую через цифровые коммуникации информацию, тот обладает широкими возможностями для влияния на поведение и воззрения масс.

1. Глухов А.П. Цифровое поколение: культура управления межличностными коммуникациями в социальных сетях // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. - 2018. - № 25. - С. 74-77.
2. Лысякова Т.А. СМИ как одна из форм манипуляции сознанием // Человек, общество и государство в современном мире: Сборник научных трудов международной научно-практической конференции (в 2 томах) . - 2016. - С. 211-214.
3. Малишевская Г.В. Информационное сопровождение как часть политического процесса в эпоху цифровых коммуникаций // Научные труды Республиканского института высшей школы. - 2018. - № 17. - С. 117-124.
4. Нуриева С.Д., Чеджемов Г.А. Манипуляция массовым сознанием в современном обществе // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. Самара-2017. №1(15). - С.81
5. Степанов М.А. Цифровая эстетика в современных коммуникациях // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. - 2018.- № 2. - С. 62-65.
6. Ургалкин Ю.А, Бондарев С.И., Чеджемов Г.А. Формирование Интернет - культуры студентов в процессе преподавания политологии и социологии // Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых "Социальное поведение молодежи в Интернете: новые тренды в эпоху глобализации" Самара, 15-16 октября 2015. - С.375
7. Хуртова Р.И. Методы и приёмы манипуляции общественным сознанием средствами массовой информации в современной России // Актуальные проблемы и достижения в общественных науках: сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 25-26.
8. Чупина В.А., Микрюкова А.С. К определению понятия манипуляции сознанием // Развитие современной цивилизации: ответы на вызовы времени: сборник трудов по материалам международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 195-199.

Казарян Р.М.

Бодипозитив как социальное течение современности

*Самарский государственный экономический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/lj-04-2019-63

idsp: ljjournal-04-2019-63

Научный руководитель: Чеджемов Г.А.

Аннотация

В данной статье рассматривается такое социальное явление как бодипозитив, также анализируются различные аспекты данного течения.

Бодипозитив достаточно актуален в наши дни, потому что общество приходит к тому, что рушатся идеалы красоты, стираются грани понимания привлекательной внешности, идеального тела. Но социум злоупотребляет этой идеей, превращая ее в объект пропаганды ожирения, вредных привычек личной гигиены и т.п. Можно сделать вывод, что бодипозитив неоднозначное явление, которое может принести как пользу, так и вред.

Ключевые слова: бодипозитив, фетшейминг, эйбизм, феминизм, стереотипы, красота, тело, социальные сети, ожирение.

Abstract

This article discusses such a social phenomenon as body-positive, and also analyzes various aspects of this trend.

Bodypositive is quite relevant today, because society comes to the fact that the ideals of beauty are crumbling, the facets of understanding of a beautiful appearance, perfect body are erased. But society abuses this idea, turning it into an object of propaganda for obesity, bad personal hygiene habits, etc. It can be concluded that bodypositive is an ambiguous phenomenon that can bring both benefit and harm.

Key words: bodipositive, fetcheshimming, eibilism, feminism, stereotypes, beauty, body, social networks, obesity.

В современном мире взгляды людей на стандарты красоты и условия привлекательности довольно часто меняются. Вследствие этого идет продвижение относительно новых направлений. Но сможет ли общество преодолеть стереотипы, связанные с красотой? Насколько динамично будут развиваться бодипозитив и феминизм? Только ли положительные черты присущи бодипозитиву?

Бодипозитив – это общественное движение, направленное на принятие собственного тела и разрушение стереотипов общества по отношению к людям, чья внешность отличается от общепринятого стандарта.

Движение «Бодипозитив» появилось в 1996 г. в Америке и ставило своей целью освобождение людей от страданий, связанных с необходимостью соответствовать нормативному образу тела, принятому в обществе. Основатели данного движения пришли к идее о его создании, так как сами столкнулись с пищевыми расстройствами: в роли больного (Конни Собчак) и в роли психиатра (Элизабет Скотт). Идеологическая модель Body Positive, сформированная Э. Скотт и К. Собчак, предполагает, что людям необходимо освободиться от критики и общественного осуждения их собственного тела, чтобы услышать потребности тела и полюбить его. [1] Позднее уже получает распространение в России.

Бодипозитив также тесно связан и осуждает фэтшейминг и эйбилизм. Фэтшейминг (от англ. fat «жир» или «толстый», to shame «стыдить») — это действия или высказывания, которые унижают, высмеивают или оскорбляют человека или группу людей за полноту. [2] Эйблизм — это вид

дискриминации, а именно системная дискриминация и социальное предубеждение против людей с инвалидностью, хроническими соматическими или психическими расстройствами. [3]

Хотелось бы разобрать некоторые спорные моменты бодипозитива. Во-первых, благодаря такому направлению как бодипозитив, люди с различными проблемами и особенностями тела могут быть замотивированы тем, чтобы не заикливаться на своих изъянах, а принимать и любить себя такими, какие они есть. Общество, насколько бы толерантно оно ни было, иногда не хочет принимать таких людей, в следствие существования стереотипного мышления об идеальном теле. Никто не должен быть объектом травли. Во-вторых, тело другого человека – это его выбор, и свобода не ограничивается только походом в конкретное кафе или же ношением определенной одежды. В-третьих, у многих людей существуют недостатки во внешности, которые не так легко исправить, поскольку они появились от независимых от них обстоятельств (шрамы, гормональный сбой, сахарный диабет и т.д.). Но в некоторых ситуациях общество не до конца понимает эти щепетильные моменты. Именно для таких людей бодипозитив является утешением, способом принятия себя.

Если же рассмотреть другие аспекты бодипозитива, соответствующие современным тенденциям, то можно пронаблюдать некую «замаскированную» пропаганду ожирения и отказ от ухода за собой. Многие бодипозитивные активистки думают иначе. «Меня раздражает уверенность некоторых в том, что бодипозитив — это движение только для людей с инвалидностью, шрамами и другими особенностями, которые нельзя изменить. А люди с пышными формами якобы прикрываются им, чтобы продолжать вести «пассивный образ жизни и есть вредную еду». Нет, они не прикрываются бодипозитивом — они приходят к нему после многих лет давления и дискриминации. Им нужно это движение, чтобы отстаивать право самостоятельно распоряжаться своим телом и спокойно жить», — рассказывает блоггер Оля Касс о вредных мифах бодипозитива. Должна быть пропаганда здорового тела, именно здорового, а не идеального. Самопринятие и комфортное ощущение себя в любом виде это прекрасно, но у ожирения есть не очень приятные последствия, влекущие за собой многие заболевания. Тут как раз стоит задуматься. Что будет с обществом, если каждый индивид, прикрываясь популярным течением, будет лениться следить за собой и соблюдать элементарные правила гигиены? Такое общество в скором времени деградирует.

Всплывает и другой вопрос. Можно ли назвать бодипозитив маркетинговым ходом? Ответ скорее будет положительным, так как бодипозитив привлекает и начинает носить массовый характер. Общество всё больше выражает претензии многим брендам одежды, в рекламе которых нет относительно полных людей. Но при этом, глупо отрицать, что продажи таких компаний растут.

Также огромную роль играют и социальные сети. В них может как разворачиваться травля, так и могут изменяться взгляды людей на стандарты красоты. В 2018 году университет Миссури в Канзас-Сити опубликовал результаты своего исследования, посвященного восприятию различных типажей женской внешности.[4] Участникам предлагали выбрать из предложенных фотографий девушек наиболее привлекательную, на их взгляд, фигуру. Респонденты склонялись больше к девушкам, имеющим наиболее мускулистые и подтянутые фигуры, а худощавые девушки многим были не очень приятны. Франсес Бозик, руководитель исследования, объясняет, что целью работы была демонстрация изменения взглядов на привлекательность под воздействием популярных хештегов, онлайн-кампаний и аккаунтов знаменитостей. Основой для сдвига в восприятии являлся, в частности, хештег #filspo, популярный среди поклонников здорового образа жизни. Из данного исследования можно сделать вывод, что популярным в той или иной степени может стать фактически любой тип внешности, который активно продвигается с помощью известных личностей и средств массовой информации. В том числе и такой, каким обладает Тесс Холлидей.

Основав бодипозитивное онлайн-движение «Eff Your Beauty Standards», Холлидей получила известность в 2013 году[5]. Но больше всего шумихи навела её фотография на обложке журнала «Cosmopolitan». Мнения людей резко разделились. Часть из них считала появление на обложке журнала женщины таких форм большим прорывом, так как девушки, имеющие схожую комплекцию тела, вдохновлялись ею и не чувствовали себя непринятыми в обществе. Другая же часть осуждала «Cosmopolitan», считая неприемлемым появление на обложке женщины, несоответствующей стандартам красоты.

Таким образом, бодипозитив в XXI веке приобретает многогранный вид, большое влияние социальных сетей, пропаганда меняют мышление молодежи. Социум должен брать из каждого нового течения только лучшее, не пропагандируя ожирение, лишний вес и нежелание людей, а в основном девушек, следить за собой. В итоге получается так, что хорошая идея начинает пожирать саму себя. Для бодипозитива важно не только принятие человеком себя, но и адекватное отношение других людей к недостаткам этого человека.

1. Sobczak C. Embody: Learning to Love Your Unique Body (and quiet that critical voice!). Carlsbad, CA: Gyrze Books, 2014. 120 p. ISBN 978-0-936077-81-9 (e-book).
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фэтшейминг>
3. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Эйблизм>
4. https://eurekalert.org/pub_releases/2018-01/s-tii012518.php
5. [iz.ru Экстремальный бодипозитив: как пышное тело меняет мир | Статьи | Известия](https://iz.ru/786596/iuliia-verbi/ekstremalny-bodipoziv-kak-pyshnoe-telo-meniat-mir)
<https://iz.ru/786596/iuliia-verbi/ekstremalny-bodipoziv-kak-pyshnoe-telo-meniat-mir>

Клюкина Е. Д.

Влияние современных мультфильмов на сознание детей

*Самарский государственный экономический университет
(Россия, Самара)*

doi: 10.18411/lj-04-2019-64

idsp: ljjournal-04-2019-64

Научный руководитель: Чеджемов Г.А.

Аннотация

В данной статье рассматривается влияние отечественных и зарубежных мультфильмов на психику детей. Проводится анализ современных детских телепередач