

# Ридинг группа: «Влияние медиа»

Остроухова Полина

16.07.2015

## Physiognomy, Reality Television and the Cosmetic Gaze

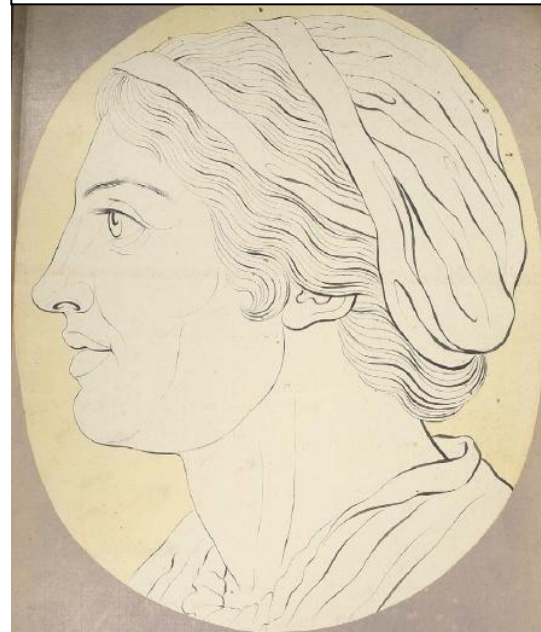
Bernadette Wegenstein and Nora Ruck \\ Body & Society, 2011, Vol. 17(4): 27-55

- **Цель:** проследить историю некоторых сейчас существующих связей между внутренней и внешней трансформацией, и показать, как различные визуальные средства массовой информации передавали и исторически сформировали взгляд определенными способами, но и как аспекты этой истории присущи практикам СМИ сегодня
- **Косметические взгляд** (cosmetic gaze) - взгляд, через который акт смотрения на наши тела и других людей уже передает техники, ожиданий и стратегий телесных изменений; это также морализирующий взгляд, способ смотреть на тела, ожидая улучшений, физических и духовных, которые уже присутствует в структуре тела
- «Вы должны хотеть улучшить себя, изнутри и снаружи», - продюсер реалити шоу по преображению «Лебедь» (2004)
- В греко-римской западной традиции предполагалась "семиотическая взаимность" между красотой и добротой – **физиогномика** (солидарность между телом и душой)
- Вопросы физиогномики, красоты и косметического взгляда имеют общее историческое начало и культурную специфику, все связаны с «культурой преображения»
- «Красота как внешний знак внутренней состояния», физиогномический подход с 5-го века до н.э. (Гипократ, Аристотель, Платон)

- Ключ к физиогномике - умение рисовать, детализация черт лица => особенности характера
- автоматизированная интернализация взглядом, которая проецирует кластер запоминающихся особенностей на поверхности, которые мы можем назвать «экран»
- для Лафатера сущность человека его душа и тело просто зеркало души, все большее число ученых в 19-го века считает, что тело суть человека
- камера - технологический объект, через который был основан «научный» взгляд на лицах людей. Композитные портреты Гальтона. Статистический взгляд. 19 век
- Гальтон: каждая раса имеет идеальные типичные формы, вокруг которых собираются все люди. Желательное отклонение \ нежелательное отклонение.
- 20 век: камера выполняет не только функцию «смотрения и запечатления», но смотрит под кожу, выискивая генетический материал человека.
- взгляд структурирован по кругу потому что он проецирует на «экран» самосознание субъекта в то время как он или она позирует для камеры / взгляда. «myself as other»
- 21 век: определения влияния красоты в социальных взаимодействиях и стремление понять, что такое красота(усредненное лицо, «золотая маска»)



«In proportion as he is morally good, he is handsome; and ugly, in proportion as he is morally bad» (Lavater 1789)



- Реалити шоу культуры макияжа разделяют физиогномические убеждения о строгой связи между красивым телом и прекрасной душой, а также нравственное воздействие по выявлению этой связи в качестве гражданского долга
- "Подлинный" Я не дан от природы, но находится там, чтобы можно было его обнаружить. Это должно быть достигнуто, что приводит нас к другой нравственной силе преобразования себя: тяжелая работа.
- Камера(фото\видео) дает новую жизнь, через новый образ ментального изображения себя как другого. Эта внутренняя фотография выражает косметический взгляд в том, что мысленно видишь себя уже «на шаг впереди», как улучшенное изображение после.
- Реалити шоу как снаф фильмы, где умерщвляя себя, герои стремятся посмотреть на себя как на другого.
- косметический взгляд можно сравнить с тем, что Link(1997) называет самонастройкой или самостоятельно нормализации.
- Трансформация не может считаться полной, если она приходит только через изменения, внесенных на теле-как-объект; он должен зарегистрироваться в теле-как-ощущениях. Только через преобразование тела, как опыт, физические изменения могут быть интегрированы в новом теле.
- В области косметического взгляда, правда красоты больше не зависит от реального человеческого тела, как во времена Лафатера, либо на идеализированной набор черт, как в композиционных снимках Гальтона; вместо этого, подлинность устанавливается в одинокой пустыне телевизионного опыта, между украшающим взглядом камеры и преднамеренного самообмана в развлечении зрителя.

What does these messages really mean? Sports media exposure, sports participation and body image distortion in women between the ages of 18 and 75

Kimberly I. Bissell \\ Journalism & mass communication quarterly, vol.81 No.1, 2004, pp.108-124

- Анорексия и булимия все чаще диагностируется у женщин в период midlife
- Медиа->недовольство телом, но медиа развлекательные, а не спортивные
- Исследования (Tiggemann, Pickering; Bissell, Zhou) показывают, что спортивные журналы имеют скорее положительное влияние на удовлетворенность телом (age 10-19, college women)
- Спортсменки, которые занимаются «lean sports» (танцы, гимнастика, фигурное катание, плавание, чирлидинг) больше озабочены своим телом, чем те, кто занимается «nonlean sports» (футбол, баскетбол, теннис)

**Цель исследования:**

- 1) определить, если увеличится кол-во спортивных тел в медиа, то уменьшится ли неудовлетворенность телом у женщин
- 2) определить, будет ли отличаться образ тела у респонденток, которые смотрят спортивные передачи и развлекательные

## **Методология:**

- Женщины 18-75 лет (без студенток) : 324 человека
- 3 региона США: северо-восточный 32% , южный 33%, юго-западный 35%
- Квотирование выборки по регионам: возраст, пол, раса
- (70% белые, 17% черные, 5% азиаты, 6% латиноамериканцы, 2% мультирасовые)
- 10 дней сбор анкет: начало 1 день после Олимпийских игр 2000

**Блоки вопросов:** время просмотра олимпийских игр, время просмотра спортивных передач в год, занятия спортом, отношения в телу

## **Результаты:**

1. Чем больше смотришь спортивные передачи – тем больше удовлетворен телом
2. Просмотр мужских видов спорта снижает неудовлетворенность телом
3. Просмотр «lean sports» приводит к неудовлетворенности
4. Те, кто занимаются спортом в большей степени неудовлетворены своим телом, хотят тело меньших размеров и имеют самый большой разрыв между реальным и идеальным телом
5. Занимающиеся «lean sports» больше неудовлетворены своим телом.
6. У всех возрастов примерно одинаковая неудовлетворенность телом.
7. У взрослых женщин разница между реальным и идеальным телом выше.

## Girls, media and the negotiation of sexuality study of race, class and gender in adolescent peer groups

Meenakshi Gigi Durham \ Journal of Mass Communication Quarterly, Vol.76, No.2, 1999, 193-216

- Медиа давление, которому девочки-подростки не умеют противостоять.
- Хотят узнать как peer group и социальный контекст влияют на взаимоотношение подростков с медиа
- Подростки полагаются на медиа с целью получения информации о сексе (смотрят передачи с сексуальными отсылками => более склонны начать сексуальную жизнь)
- Методология: наблюдение (5 мес) + интервью групповые
- 2 школы: East (вариант для малообеспеченных, в неблагополучном районе, преобладают афроамериканцы и латиноамериканцы) и West (загородная школа. Для высшего среднего класса, преобладают белокожие)
- Девочки 8 класс (14-15 лет)
- West больше отсылок к медиа источникам
- East чаще говорят о друзьях, родственниках, церкви и ежедневных происшествиях

- Использование журналов (Seventeen, Glamour etc) как руководство в макияже
- Деление школьных «банд» по стилю в одежде: «gansta» агрессивный макияж, «грер» сдержанный макияж, следят за модой, прически
- Реклама+музыка=> предпочтения в одежде
- Внешнее следованиям стилевым нормам peer group, но устное артикулирование своей индивидуальности и осуждение конформизма
- East критично к похудению и стандартам навязанным журналами и бьюти индустрией \ West часто говорят о своем теле, критичны к чужим телам, дистанцирование себя от пищевых проблем
- East мечтают о свадьбе и материнстве, обсуждают свадьбы с тв, беременных звезд \ West тема свадьбы и материнства не поднимается
- Гомофобные настроения в peer group vs. индивидуальные переживания
- Разные типы идеалов (звезд) в East и West \ все персонажи признанные телевизионные красотки
- Peer group место обучения пользование инф. масс медиа, маскирование индивидуального опыта



# Women on display: The effect of portraying the self online on women's self-objectification

Dian A. de Vries, Jochen Peter \Computers in Human Behavior 29 (2013) 1483-1489

- Девушки и женщины часто испытывают объективацию, т.е. что они ценятся в основном в терминах их физической и сексуальной привлекательности, как в средствах массовой информации, в межличностных ситуациях, так и на страницах с соц.сетях.
- Само-объективация предполагает, что люди начинают рассматривать себя " как тело " и сосредотачиваются на своей внешности, а не на том, что они могут делать и как они чувствуют.
- Объективация оффлайн под влиянием классических медиа – это только восприятие, когда в интернете происходит еще обмен и создание информации – будет ли такой же уровень объективации?
- Влияет на само-объективацию онлайн: доступность страниц для незнакомцев, возможность часто просматривать страницу, минимум аудио\видео контента о владельце страницы
- Эксперимент в интернете(заполнение интернет профайлов), 221 женщина, 18-25 лет
- 2 вида стимулов: нейтральный и объективизация; 2 вида аудитории: с и без
- Изображая себя другим онлайн, повышается само- объективации у молодых женщин, особенно после того, как они были стимулированы медиа-контентом с объективизацией
- Объективирующий рекламный контент в соц. сетях может провоцировать увеличение само-объективации

## Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns Jasmine Fardouly, Lenny R. Vartanian \Body Image 12 (2015) 82-88

- Использование facebook связано с проблемами внешности и диетными практиками у молодых девушек (чем больше времени в соц.сети, тем больше неудовлетворенность телом, стремление к худобе, само-объективация)
- Внешнее сравнение как источник неудовлетворенности (возможность постоянного сравнения в facebook, публикация лучших или улучшенных фотографий)
- В facebook сравнение происходит больше с peers чем с звездами (возможность достичь такого же внешнего вида)
- Цель: а)исследовать отношения между частотой использования Facebook и проблем с образом тела среди студенток вузов, и (б) изучить вопрос сравнения внешнего вида в целом или сравнения с разными целевыми группами учетной записи Facebook для этого отношения

- 227 девушек (1 курс псих.фака): (46.3%) identified as White, (41.9%) identified as Asian, and (11.8%) identified as “other.”
- Измеряли: время в facebook, удовлетворенность телом, с какой аудиторией сравнивают, пищевые расстройства
- Результаты:
- Частое использование facebook влияет на неудовлетворенность и склонность к худобе
- Чем чаще используешь facebook и больше недоволен телом, тем выше склонность к сравнению своего тела онлайн
- Чаще сравнивают с дальними знакомыми, близкими друзьями и звездами, свое тело чаще всего оценивают хуже, чем у группы, с которой сравнивают. Коррелирует с неудовлетворенностью внешним видом и частотой использования facebook
- Члены семьи не могут рассматриваться как цель сравнения, потому что это целевая группа состоит из старых и молодых женщин, а знаменитости могут рассматриваться как менее соответствующих целям сравнения из-за того, что знаменитости должны улучшить свой внешний вид, из-за отличающихся ресурсов

# Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood

Jasmine Fardoulya, Phillippa C. Diedrichs b, Lenny R. Vartaniana, Emma Halliwell \\ Body Image 13 (2015) 38-45

- В рамках социокультурной модели образа тела и расстройства питания, неудовлетворенность телом может развиваться, когда женщины неоднократно сравнивают свою внешность с внешностью других
- В отличие от традиционных медиа, в интернете можно избегать нежелательного контента (худые изображение и т.п.)
- Facebook может негативно влиять не только на представление о собственном теле, но и на настроение (20 мин в facebook приводят к худшему настроению, чем просмотр других страниц в интернете)
- В facebook больше изображений лица, чем тела, потому может идти сравнение чаще волос, лица и кожи
- Исследование: 10 минут на сайте: facebook (38ч), журнал мод(36ч), внешне нейтральный сайт(38ч), до и после тесты на настроение, сравнение с другими и удовлетворенность внешность, через неделю тест на склонность к сравнению
- Девушки, 17-25 лет, ИМТ=23,4
- После facebook более негативное настроение
- Неудовлетворенность телом (вес, формы) больше после просмотра журнала мод
- Не обнаружена связь между просмотром журнала, facebook и неудовлетворенностью лицом, волосами и кожей
- Те, у кого наблюдается тенденция к сравнению, проводил время на facebook – больше переживаний по поводу лица, волос и кожи

## Appearance-related cyberbullying: A qualitative investigation of characteristics, content, reasons, and effects

Sofia Berne, Ann Frisén, Johanna Kling \ Body Image 11 (2014) 527-533

- Сверстники оказывают существенное влияние в формировании мыслей подростков об их телах
- кибербуллинг (Cyberbullying), под которым понимают намеренные оскорбления, угрозы, и сообщение другим компрометирующих данных с помощью современных средств коммуникации
- 1/10 подростков заявляет что был подвержен кибербуллингу из-за его внешности
- 4 фокус группы, 15 лет подросткам (м и ж)
- Кибербуллинг направлен чаще на девушек и его «оружие» это комментарии о внешности
- Кибербуллинг направленный на тело соответствует гендерным стереотипам (мускулиность\худоба)
- Жертвы - те, кто ищет внимания в facebook и instagram