

Е.А. ОРЕХ

ФЕНОМЕН ЛУКИЗМА И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению социального феномена лукизма (lookism) — дискриминации по внешнему виду, а также возможностям его социологического анализа. Анализируются причины возникновения интереса к данной проблематике в западном социологическом знании с 1980-х гг. и невнимания к теме в отечественной социологии. Лукизм предлагается рассматривать как дискриминирующее поведение, которому предшествует оценивание внешних данных человека на основе представлений, стереотипов и предрассудков, распространенных внутри социальной общности. Обосновывается, что ранжирование внешности происходит по ресурсам, которые приобретает человек в зависимости от того, насколько котируется его внешность в глазах другого. Это, в свою очередь, обусловлено различными стереотипами относительно связи внешности и внутренних человеческих качеств. Проблематизируются эвристические возможности социологической теории в изучении темы лукизма, рассматриваются сложности методологического характера. Оценивается имеющийся на сегодня багаж научных публикаций, главным образом зарубежных и посвященных изучению влияния образов «идеального» внешнего вида на самооценку человека, способам борьбы с дискриминацией по внешности. Отдельно анализируются особенности воспроизводства лукизма посредством визуальных медиумов, таких как кино и анимация. Определяются лакуны в исследованиях лукизма и намечаются их перспективы.

Ключевые слова: лукизм; дискриминация; внешность; визуальный анализ; общество потребления.

Для цитирования: Орех Е.А. Феномен лукизма и возможности его социологического анализа // Социологический журнал. 2016. Том 22. № 3. С. 67–81. DOI: 10.19181/socjour.2016.22.3.4585

Актуальность и новизна темы

В окружающем мире встречаются проблемы, которые, будучи острыми и актуальными, возбуждая неподдельный интерес, тем не менее не вызывают широкий общественный резонанс. Одной из таких проблем может быть названо оценивание людей по их внешности, а также связанное с этим поведение. Эта проблема получила

Орех Екатерина Александровна — кандидат социологических наук, доцент кафедры теории и истории социологии, Санкт-Петербургский государственный университет. **Адрес:** 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3, 9-й подъезд. **Телефон:** +7 (812) 264-15-62.
Электронная почта: e.orekh@spbu.ru

специфическое наименование — «лукизм» (lookism). Из словарей мы узнаем, что лукизм — понятие, введенное в оборот в 1978 году в связи с борьбой людей, обладающих лишним весом, за свои права [14; 26]. Привлекательный или, напротив, непривлекательный внешний облик подчас становится поводом для дискриминации — или самого человека, или людей, которых с ним сравнивают.

Сегодня мы постоянно сталкиваемся с дискриминацией по внешности. Подобное отношение, к сожалению, стало частью нашей повседневности и не обращает на себя внимания: например, нас давно не удивить фейсконтролем на входе в клуб или ресторан. Мы не задумываемся над тем, что в пассажирском транспорте отсутствуют подходящие по размеру сидячие места для полных или высоких людей. Считается нормальным, что некоторые компании не просто подбирают работников по внешним данным, но и гордятся этим, выставляя красоту сотрудников в качестве своего достижения.

Дискриминация как ограничение или ущемление прав человека по какому-либо признаку — религиозному, расовому, половому и т. д. — в современном мире давно стала мишенью критики. Сегодня, на пике интереса исследователей и общественности к любым видам неравенства и дискриминации, проблематика лукизма в России все еще остается маргинальной. Это означает практически полное отсутствие статей и исследований на тему, которая находит отражение в мировой социологии с 1980-х годов. В смежных с социологией областях — психологии и культурологии — есть считанные публикации, посвященные внешности и ее восприятию [2; 8], в социологии — единичные тексты, касающиеся феномена этнолукизма (дискриминация по этническому признаку в тех случаях, когда этничность определяется на основе внешности) [3; 11]. Иногда тема дискриминации по внешности затрагивается в связи с анализом тенденций моды, — например, при изучении советского и зарубежного журнального дискурса относительно одежды для полных женщин [5].

Возникновение интереса к лукизму

Несмотря на то, что лукизм — социальный феномен, имеющий долгую историю, социологи стали заниматься этой проблемой лишь в последние десятилетия XX века. Этому способствовали как дифференциация исследовательского поля в социологической науке, так и стимул извне — привлечение внимания к проблеме лукизма представителями некоторых социальных групп, переживающих негативный опыт подобной дискриминации. Вопросы внешнего вида попадают в фокус внимания социологов в неразрывной связке с проблематикой телесности [13], а также благодаря возникновению области исследований, связанной с изучением взгляда, смотрения, наблюдения и прочих зрительных практик, то есть с визуальной социологией и визуальной антропологией [9; 10]. Правда, говоря об анализе телесности, нужно иметь в виду второй этап интереса исследователей к этой теме.

Первоначально, в 1950-е гг., тело привлекает внимание социологов как некий индикатор, по которому можно судить о проявлении социального неравенства и дискриминации, не будучи на этом этапе самостоятельным предметом изучения. Лишь в рамках «поворота к повседневности» акцент исследователей смещается на анализ субъективного опыта восприятия, оценивания, переживания человеческого тела (переживание болезни, опыт нетипичного тела, опыт тела со стигмой и т. п.), что напрямую связано с темой лукизма.

Становление и развитие визуальной социологии (1970-е гг.), скорее всего, послужило непосредственным толчком к возникновению научного интереса к теме дискриминации по внешности. Лукизм неотделим от социальной практики оценивающего рассматривания, что ставит перед исследователем проблемы: как именно происходит оценивание, как мы смотрим, с чем сравниваем, что мы видим, а что не подмечаем; перечисленные вопросы находятся в ведении социологического анализа зрения. Кроме того, лукизм затруднительно было бы изучать, основываясь исключительно на словесных данных, это одна из тем, которая подразумевает обращение к визуальным материалам, а методы их анализа также связаны с развитием визуальной социологии. Обратим внимание на то, что и сфера визуального, и телесные практики начали изучаться в России менее десятилетия назад, а становятся «модными» темами — и того меньше. Таким образом, в отношении лукизма можно констатировать вполне логичный временной лаг исследовательского интереса, характерный для многих тем в отечественной социологии по сравнению с западной.

Почему феномен лукизма интересен социологам

В имеющемся багаже современных, прежде всего зарубежных, публикаций существует консенсус по поводу определения термина: лукизм трактуется как дискриминация по внешнему виду, как предвзятое или предпочтительное обращение с людьми в зависимости от их внешности [19; 24; 31]. Такое определение, являясь универсальным для социогуманитарного знания, все же не объясняет интереса социологов к этому феномену. Может показаться, что исследования лукизма — удел психологов. Но если мы задумаемся о том, что дискриминации предшествует процесс оценивания внешности, а в основе оценивания внешних данных других людей (которое *может* привести к дискриминации) лежат представления, стереотипы и предрассудки, распространенные внутри социальной общности, то становится понятным, что в изучении феномена есть место социологическому анализу. При этом следует принимать во внимание возможную разницу в репертуаре актуальных стандартов красоты и уродства, поведенческих установок и мифов о внешности в зависимости от места, занимаемого индивидом в пространстве социальных позиций [17], от принадлежности дискриминирующего индивида к конкретной социальной группе.

Говоря о лукизме как дискриминации, мы подразумеваем существование у дискриминирующего человека представлений о своеобразной иерархии людей, конструируемой на основе их внешнего вида. Однако важно, что это — иерархия не по «степени привлекательности», а по «наличию ресурсов», которые приобретает оцениваемый человек в зависимости от того, насколько котируется его внешность в глазах оценивающего. Последнее, в свою очередь, обусловлено тем, какие стереотипы относительно связи внешних качеств с внутренним содержанием этот оценивающий имеет. Ведь дискриминация происходит не только тогда, когда в (условном) социальном конкурсе — будь то ситуация найма на работу или вынужденной просьбы постороннего о помощи на дороге — наиболее привлекательные предпочитают всем остальным, а наименее привлекательные терпят из-за своей внешности моральные или материальные убытки. Иногда, напротив, мишенью становятся красивые люди именно потому, что их внешность может быть расценена окружающими как угрожающая нарушить стабильность или же потому, что в головах дискриминирующих имелись стереотипы о негативных человеческих качествах «красавчиков» — легкомыслии, глупости, отсутствии чуткости и т. п.

Человек ранжируется на основе первого впечатления о его внешности, полученного в ходе оценивающего рассматривания. Отметим, что схожая проблема возникает от тактильных и слуховых контактов — оценивание на уровне привлекательности или непривлекательности запаха тела, силы рукопожатия, тембра голоса, тяжести дыхания, потливости ладони; но сейчас речь не о них. Сама дискриминация может следовать за оцениванием внешности и нерелевантным приписыванием человеку некоторых характеристик во многом благодаря усвоенным стереотипам о связи внешности и внутреннего содержания: например, носит очки — значит интеллигент, много читал, много знает. Или иначе: носит очки — значит «слабак», — ведь стереотипы разнятся.

Методологические сложности в изучении лукизма

Изучение дискриминации на основе внешних данных имеет сложности методологического характера. К сожалению, они не стали предметом анализа зарубежных и отечественных публикаций, тем не менее о них следует сказать. Во-первых, категория «внешнего вида» достаточно расплывчата, что затрудняет четкую формулировку проблемы и операционализацию понятий. Действительно, мы не сможем отделить дискриминацию по внешности «вообще» (то есть по любому признаку, увиденному глазами, включая возраст, национальность) от дискриминации на основе исключительно эстетических представлений о «красивом — уродливом». Причём оценка внешности как «привлекательной» может быть дана по таким критериям, как римский профиль, стройное тело, а также модный маникюр, загар, со

вкусом подобранная одежда. Зрение дает нам возможность увидеть все это. В конце концов, — и это становится актуальным именно в наше время, — мы видим варианты тел, «достроенных» с помощью современных электронных средств, предоставляющих человеку новые возможности слуха, видения, и наличие таких «устройств» также может быть основанием для оценивания.

Однако, как нам представляется, именно социологический ракурс анализа позволяет отчасти нивелировать эту проблему. Можно предположить, что социолога должно интересовать оценивание любых характеристик внешности, которые могут наделяться людьми положительными или отрицательными коннотациями, в том числе характеристик возраста, гендера, национальности. Важнее проанализировать, на что именно мы смотрим во время оценивающего рассматривания. Можно предположить, что фокусировка нашего рассматривающего взгляда зависит от целенаправленных усилий заинтересованных людей в том, чтобы научить нас обращать внимание на определенные вещи и не замечать иные [10]. Таким образом, при анализе лукизма отдельной темой будет определение «болевых точек», того, на какие именно качества и характеристики внешнего вида обращается внимание, что во внешности вызывает негативные ассоциации.

Во-вторых, множественность существующих критериев и представлений о красоте, вариативность ситуаций, в которых лукизм проявляется, ставят перед исследователем проблему невозможности разработки универсальной шкалы для объективного оценивания внешних данных. Исследовать подобного рода дискриминацию — значит, сконцентрироваться на субъективном видении, вскрывать суть конструктов, анализировать дискурс о внешности, привлекательности и красоте, существующий в повседневной жизни. Такого рода анализ предполагает в большинстве случаев привлечение качественных методов. Ситуации, требующие повышенной критичности взгляда исследователя (в связи с опасностью ухода в субъективизм) возникают, когда социолог берется анализировать визуальные документы, например, проводя анализ дискурса о красоте, интерпретируя образы — в рекламе, в СМИ, в каких-либо печатных продуктах.

Теоретические перспективы изучения лукизма

Отдельно следует сказать о том, что распространению и усилению лукизма способствует конкретный социально-экономический контекст. По мнению теоретиков общества потребления [4], а также представительниц феминистской критики [6; 20], в современном обществе актуализируется ряд установок, поощряющих практику оценивания человека по внешности. Это, например, установка восприятия красоты как неоспоримой ценности, как того, что «по определению» хорошо — речь идет о некоем метанарративе красо-

ты в лиотаровском смысле. Хотя представления о том, что является красивым, а что — нет, неоднозначны, иногда противоречивы, различаются в разных социальных группах, важно, что сама идея о значении красоты для жизни цивилизованного общества не ставится под вопрос, равно как и одобряется стремление соответствовать стандартам красоты и привлекательности. Абстрактная ценность привлекательного внешнего вида (определение может принимать различные формы — здоровый внешний вид, спортивный внешний вид, сексуальный внешний вид и т. п.) представляет собой достаточно эффективный механизм давления и контроля над личностью, и за пропагандой этой ценности несложно увидеть интересы тех, кому это выгодно. Для радикальных феминисток распространение «мифа о красоте» утверждает и поддерживает социальный порядок, в котором доминируют мужчины. Постмодернистский социальный проект устами Жана Бодрийера, в унисон некоторым идеям теоретиков франкфуртской школы, говорит об обществе потребления, о красоте, сексуальности и культе тела как скрытых механизмах культурного подчинения одной группы другой, выбирая мишенью критики корпоративные интересы представителей индустрии моды и косметической промышленности. Несмотря на то, что некоторые теоретические идеи разработаны почти полвека назад, лежащий в их основе принцип объяснения не потерял своей актуальности.

Направления эмпирических исследований феномена лукизма

Что касается эмпирических исследований лукизма, то можно выделить несколько направлений. Наиболее популярны исследования, констатирующие проявления дискриминации по внешности в различных областях социального взаимодействия, то есть подтверждающие на примерах, что лукизм существует. В качестве примеров можно привести исследование студентов на тему взаимосвязи между оценением внешнего вида и профессиональных качеств преподавателя, выявившее положительные корреляции в этом вопросе (оказалось, как правило, студенты тем выше оценивают профессионализм преподавателя, чем выше оценивают его внешнюю привлекательность) [16]; изучение врачей в их взаимоотношениях с симпатичными пациентами, которым врачи склонны приписывать большую чувствительность или большую «нацеленность на выздоровление» [29]. Более часто встречаются работы о критериях оценивания работодателями претендентов на должности, а также о разнице в зарплатах, обусловленной степенью привлекательности сотрудников [22; 30; 32]. В это же направление вписывается изучение молодежных субкультур на предмет отношения представителей субкультуры к внешнему виду как маркеру принадлежности к группе. Последняя тема затронута и в отечественной социологии, например, Центр молодёжных исследований НИУ «Высшая

школа экономики» под руководством Е. Омельченко выпустил сборник статей, где формированию образов тела представителей молодежных субкультур уделено значительное внимание [12].

Вторая категория исследований, которые, как нам видится, подпадают под проблематику лукизма, — это изучение влияния образов «идеального» внешнего вида на самооценку человека, сталкивающегося с этими образами. Речь идет о визуальных презентациях тела, транслируемых в рекламе, в компьютерных играх, в кинофильмах и т. д. Так, например, установлено негативное воздействие образов тела персонажей компьютерных игр на самих игроков как мужского, так и женского пола — у игроков понижалась самооценка [15]. Дело в том, что персонажи игр конструировались в соответствии с современными стандартами красоты, были подтянуты, стройны; мужчины — мускулисты и т. п., и внешность реального человека заведомо не выдерживала сравнения с ними. Есть схожее исследование женщин пожилого возраста, посвященное влиянию на их самооценку и душевное равновесие кинофильмов, главные героини которых имели чрезвычайно сексапильную внешность [23]. В рамках данного направления отдельно стоит назвать многочисленные статьи, в которых анализируется потребительское поведение людей, принадлежащих к разным категориям по критерию внешности, и факторы, влияющие на него, в том числе роль рекламных образов [18; 28].

Третье направление исследований, которое пока, к сожалению, остается маргинальным, — изучение способов воспроизводства лукизма с помощью современных медиа [25], а также работы, цель которых — предложить идеи о том, как можно было бы уменьшить разрушительные последствия лукизма, в частности, что можно было бы предпринять в сфере образования [19; 24].

Лукизм в современной России

Отметим, что невнимание отечественных исследователей к проблемам, возникающим в связи с акцентированием внешности, кажется странным, потому что в дискурсе СМИ, литературе, кино и анимации тема внешнего вида и красоты, а также коллизий, с этим связанных, чрезвычайно популярна. Даже поверхностный анализ современных мультсериалов для детей — от «Смешариков» и «Барбоскиных» до «Фиксиков» — обнаружит в каждом из них в качестве обязательного персонажа любимую всеми «красивую героиню», объект восхищения и поклонения. Наличие в детских мультсериалах персонажей женского пола, в роль которых входит обязательная забота о собственной красоте, поддержание привлекательного внешнего вида, следование моде — вне зависимости от контекста их остальных действий согласно сюжетной линии — очень симптоматично. Показательно количество так называемых «демотиваторов» в российском сегменте интернета,

посвященных теме лишнего веса; как значится на одном из сайтов с подборками подобных постеров: «Нет ничего забавнее чем наблюдать за нелепыми позами толстых людей <...> от желающих полюбоваться и от души посмеяться не будет отбоя. Мы рады продемонстрировать вам демотиваторы с толстыми людьми, так как эта одна из популярных [тем], которую любят практически все, разве что, кроме самих толстяков» [7] (орфография и пунктуация сохранены. — *Е.О.*). Нередка и рефлексия на тему последствий «культы тела» и поклонения красоте. Так, сегодня в блогах активно обсуждается последний клип и песня творческого коллектива «Ленинград» под названием «Экспонат», критикующая ситуацию превращения внешнего вида в товар, имеющая выраженную антиконсюмеристскую и антилукистскую направленность. Упомянем и литературу для женщин и девочек-подростков, в том числе гляцевые журналы, не просто репрезентирующие канонический внешний вид, но и настойчиво проводящие тезис, что использование внешней красоты в совокупности с умением модно одеваться и манерой поведения является механизмом продвижения по социальной лестнице.

Лукизм: перспективы исследований

Говоря о перспективах социологических исследований лукизма, отметим, что на данный момент уже, наверное, не актуально подтверждать сам факт существования этого феномена. Однако это не отменяет интереса к особенностям его проявления в конкретном обществе, социальной группе, к специфике поведения дискриминируемых и дискриминирующих. Ведь реакция на внешность человека в одной точке земного шара выразится в том, что в него бросят камень, а в другом месте его просто обойдут стороной. Интересно изучать интенсивность, а также последствия этой дискриминации. Есть общества, в которых лукизм выражен менее явно, есть те, где он силен, — важно разобраться, какие факторы способствуют его распространению. Так, предположительно, лукизм набирает силу в развитом обществе потребления либо может быть актуализирован в обществе со сравнительно невысоким уровнем экономических показателей, но при этом зависимом от развития индустрии внешности и моды (как, например, в Бразилии [21]). Вместе с тем могут существовать общества, где лукизм не воспринимают как проблему, то есть не видят в оценивании человека по внешности ничего предосудительного, напротив, считают это правильным. Как нам кажется, современная Россия как раз представляет собой пример подобного общества. Именно этим можно объяснить и невнимание социальных исследователей к проблеме дискриминации по внешности. Формы, которые приобретает лукизм (от неприема на работу до отказа в помощи), содержание стереотипов, связанных с оцениванием внешности, тоже различны и требуют изучения.

Еще одним направлением исследования лукизма могло бы быть изучение самодискриминации, выражающейся в самобичевании за размеры своего тела или же иное несоответствие «стандартам». Проявления такой самодискриминации можно зафиксировать, например, в специфических ракурсах фотографий, сделанных так, чтобы скрыть «недостатки», в отказе от публикации своих фотографий в социальных сетях и т. п.

Немного подробнее остановимся на перспективах исследований, изучающих феномен лукизма с точки зрения того, как он воспроизводится. Чтобы сфокусироваться на изучении способов трансляции установок и стереотипов, лежащих в основе лукизма, можно привлекать различные источники, например фотографии, кинофильмы и даже анимацию, воздействующую на сознание аудитории самого младшего возраста.

В век господства визуальных медиа мультипликация является одним из доступных ресурсов, доносящих до ребенка знания о современном мире, установки на взаимодействие с другими людьми. В связи с этим немаловажны вопросы о трансляции мультфильмами идей, способствующих воспроизводству дискриминации, или даже превращение самого мультфильма в ее орудие. Благодаря тому, что зачастую детский мультик говорит прямо и ясно, сюжет и герои однозначны, а мораль передается не «между строк», а прямым текстом — например в виде финальной речи главного героя, у детей могут сформироваться достаточно устойчивые стереотипы и модели поведения, с ними связанные.

Каким образом может воспроизводиться лукизм в анимации или кино? Во-первых, в непосредственной демонстрации ущемления прав героя (персонажа) из-за его внешности, если эти ситуации в контексте событий (мульт)фильма оцениваются позитивно или нейтрально. Важно, что о воспроизводстве дискриминации мы не имеем оснований говорить, если ситуация дискриминации показана как плохая, несправедливая, оценена негативно. Во-вторых, дискриминации способствует безальтернативная, некритическая трансляция идеи о значении внешнего вида для оценивания внутреннего содержания. Таким образом, как нам видится, лукизм воспроизводится, когда в контенте (мульт)фильма присутствует и оценивается позитивно (нейтрально) установка «о персонаже можно судить по внешности». Говоря о современных отечественных мультсериалах, следует отметить, что сама практика лукизма демонстрируется довольно часто [27]. Дети видят, что судить о людях по внешности — обычное дело: часто персонажи отвергают других людей или влюбляются «с первого взгляда», на основе своего первого впечатления от внешности человека. Правда, мы практически не имеем оснований говорить о дискриминации, потому как эта практика нередко становится мишенью высмеивания.

Дискриминация осуществляется и латентным образом, в том числе поддержанием и распространением мнений, суждений, мифов,

связанных с поведением, мышлением представителей определенной внешности. Тем самым происходит ущемление интересов и снижение жизненных шансов тех людей, которые маркируются в дискурсе мультфильма как неуспешные или обладающие негативными чертами в силу своего внешнего вида. Соответственно, в-третьих, о воспроизводстве лукизма в мультфильме мы будем судить по наличию устойчивых стереотипов об образе жизни и характере представителей определенной внешности. О содержательной стороне лукизма нам расскажет анализ этих стереотипов. Возвращаясь к примеру наших мультсериалов, можно отметить трансляцию стереотипов, связанных с «очкариками»: те персонажи, которые по сценарию носят очки, застенчивы, нерешительны, немодны, предпочитают такие хобби, как коллекционирование в ущерб активным видам деятельности и т. п. Таким образом, проблема воспроизводства дискриминации по внешности видится нам как наиболее острой, так и наиболее перспективной для исследований.

Сопrotивление социальному феномену лукизма

Наконец, каковы варианты борьбы с этим специфическим видом дискриминации — лукизмом? Если оценивание внешнего облика человека человеком происходит неререфлексивно, сродни «сканированию» для последующей категоризации индивида как обладающего теми или иными характеристиками, то работа по профилактике лукизма не будет эффективной при попытках повлиять на саму эту практику. Возможной перспективой решения проблемы может быть работа в том же направлении, что и по снижению этнической дискриминации. Разнообразие транслируемых образов внешности, неакцентирование в массовом сознании значимости красоты и внешнего вида, а также установки, что возможно судить о людях «по одежке», могли бы привести к уменьшению случаев дискриминации по внешнему виду. Интересно, что в последнее время наблюдается стремление «нормализовать» образ полного тела [1]. Очень показательна реклама кукол Барби января 2016 г., в которой провозглашается отказ от узкого понимания стандарта красоты и анонсируется выпуск куклы с округлыми формами (однако это связано с новой политикой продаж, а не с озабоченностью по поводу дискриминации полных людей). Проводятся конкурсы красоты, где участвуют полные модели, и проч. Представляется, против лукизма можно бороться теми же самыми средствами, с помощью которых он воспроизводится: например, дискредитацией сложившихся стереотипов об определенных типах внешности и их обладателях.

Выводы

Итак, лукизм представляет собой социальную проблему особого рода прежде всего в силу своей латентности и широкой распространённости: ведь в основе дискриминации лежит неререфлексивная прак-

тика оценивания внешнего вида человека. Предпочтение одних людей другим происходит на основе ценностей, установок, стереотипов, полученных и усвоенных в процессе социализации. Дискриминация осуществляется в том числе поддержанием и распространением мнений, суждений, мифов о связи внешних данных и внутреннего содержания человека; в этом аспекте большая роль в воспроизводстве лукизма принадлежит СМИ.

Как мы старались показать, проблематика лукизма представляет собой новое исследовательское пространство для социологов. Изучение дискриминации по внешности актуально ровно настолько же, насколько и исследование дискриминации вообще, однако, как мы убедились, отечественные социологи не спешат обращать свое внимание на данный феномен. Причин, как нам видится, две. Изучение подобной дискриминации имеет сложности методологического характера: расплывчатость категории «внешнего вида» затрудняет четкую операционализацию понятий, а множественность существующих критериев «красоты» — разработку объективного инструментария его оценки. Вторая причина — в том, что практика оценивания людей по внешности в российском обществе не считается предосудительной. Надеемся, исследования лукизма в отечественной социологии не заставят себя долго ждать.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алмонд К.* Модная чувственность: ре-концептуализация образа полного тела // Теория моды: одежда, тело, культура. 2014. № 33. С. 73–103.
2. *Афанасьева Е.С.* О характере влияния привлекательности преподавателя на познавательную активность обучаемых в образовательных учреждениях пограничного профиля // Вестник МГОУ. Серия «Психологические науки». 2009. № 3. С. 52–58.
3. *Безьян А.А.* Лукизм и этническая дискриминация // Северо-Кавказский психологический вестник. 2012. Т. 10. № 3. С. 21–23.
4. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и прим. Е.А. Самарской. М.: Культурная революция, Республика, 2006. — 259 с.
5. *Вайштейн О.* «В соответствии с фигурой»: полное тело в советской моде // Теория моды: одежда, тело, культура. 2010. № 15. С. 75–94.
6. *Вульф Н.* Миф о красоте: стереотипы против женщин. М.: Альпина нон-фикш, 2016. — 446 с.
7. Демотиваториум.ру [электронный ресурс] Дата обращения 12.02.2016. URL: <<http://demotivatorium.ru/demotivators/tags/%F2%EE%EB%F1%F2%FВ%Е5>>.
8. *Комаров О.О., Шалаева Н.Ю.* Феномен привлекательности: кросс-культурный аспект // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2013. Т. 15. № 2–3. С. 689–694.
9. *Крэри Дж.* Техники наблюдателя. Видение и современность в XIX веке / Пер. с англ. Д. Потемкина. М.: V-A-C press. 2014. — 256 с.

10. Орлова Г. «Воочию видим». Фотография и советский проект в эпоху их технической воспроизводимости // Советская власть и медиа / Под ред. Х. Гюнтера и С. Хэнсен; Сб. статей. СПб.: Академический проект, 2006. С. 188–203.
11. Погонцева Д.В. Этнолукизм — дискриминация этнических групп по внешнему облику // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 26 (317). С. 89–91.
12. Pro Тело. Молодежный контекст / Под ред. Е. Омельченко, Н. Нартовой. СПб.: Алетейя, 2013. — 288 с.
13. Тернер Б. Современные направления развития теории тела // THESIS. 1994. № 6. С. 137–167.
14. Ayto J. Lookism // Twentieth Century Words. New York: Oxford University Press, 1999. — 485 p.
15. Barlett C. P., Harris R.J. The impact of body emphasizing video games on image concerns in men and women // Sex Roles. 2008. No. 59 (7). P. 586–601.
16. Bonds-Raacke J., Raacke J.D. The Relationship between Physical Attractiveness of Professors and Students. Ratings of Professor Quality // Journal of Psychiatry, Psychology and Mental Health. 2007. No. 1 (2). P. 1–7.
17. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 404–429.
18. Chae M.-H. Satisfaction and fashion involvement of female tennis wear consumers // International Journal of consumer studies. 2006. No. 30 (1). P. 25–33.
19. Davis A. “Lookism”, Common Schools, Respect and Democracy // Journal of Philosophy of Education. 2008. No. 41 (4). P. 811–827.
20. Dworkin A. Woman hating. New York: E.P. Dutton, 1974. — 217 p.
21. Edmonds A., Sanabria E. Medical borderlands: Engineering the body with plastic surgery and hormonal therapies in Brazil // Anthropology and Medicine. 2014. No. 21 (2). P. 202–216.
22. Hammermesh D., Biddle J. Beauty and the Labor Market // American Economic Review. 1994. No. 84 (5). P. 1174–1194.
23. Hine R. ‘In the Margins: The Impact of Sexualised Images on the Mental Health of Ageing Women // Sex Roles. 2011. No. 65 (7–8). P. 632–646.
24. Kwan S., Trautner M.N. Judging Books by Their Covers: Teaching about Physical Attractiveness Biases // Teaching Sociology. 2011. No. 39 (1). P. 16–26.
25. Martins N., Williams D.C., Harrison K., Ratan R.A. A content analysis of female body imagery in video games // Sex Roles. 2009. No. 61 (11). P. 824–836.
26. Merriam Webster’s Collegiate English Dictionary. Springfield, MA: Merriam-Webster, 2012 [online]. Accessed 12.02.16. URL: <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/lookism>>.
27. Orekh E., Bogomiagkova E. Lookism in the visual communication: A sociological analysis of modern Russian children’s animation // 2nd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM2015. Book 1: Psychology and Psychiatry, Sociology and Healthcare, Education Conference Proceedings. Vol. 1. P. 665–672.

28. *Smeesters D., Mussweiler Th., Mandel N.* The Effects of Thin and Heavy Media Images on Overweight and Underweight Consumers: Social Comparison Processes and Behavioral Implications // *Journal of Consumer Research*. 2010. No. 36 (6). P. 930–949.
29. *Stenmar L., Nordholm L.A.* Swedish physical therapists' beliefs on what makes therapy work // *Physical Therapy*. 1994. No. 74 (11). P. 1034–1039.
30. *Tietje L., Cresap S.* Is Lookism Unjust? The Ethics of Aesthetics and Public Policy Implications // *Journal of Libertarian Studies*. 2005. No. 19 (2). P. 31–50.
31. *Tondeur L.* Lookism // *Encyclopedia of Gender and Society*. Los Angeles: Sage, 2009. P. 495–497.
32. *Warhurst C., Nickson D., Hall R. and van den Broek D.* Lookism: The New Frontier of Employment Discrimination? // *Journal of Industrial Relations*. 2009. No. 51 (1). P. 131–136.

Дата поступления: 11.02.2016.

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL

2016. VOL. 22. NO. 3. P. 67–81. DOI: 10.19181/socjour.2016.22.3.4585

E.A. OREKH

St Petersburg University, Russian Federation.

Ekaterina A. Orekh — Candidate of Sociological Sciences, associate Professor of the Department of theory and history of sociology of Saint Petersburg State University.

Address: 1/3, Smolnogo str., 191124, St Petersburg, Russian Federation.

Phone: +7 (812) 264-15-62. **Email:** e.orekh@spbu.ru

THE PHENOMENON OF LOOKISM AND ITS SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Abstract. This article considers the social phenomenon of lookism — a form of discrimination based on appearance — as well as the perspectives for its sociological analysis. The author analyzes the reasons which lead to an interest in the lookism phenomenon in Western sociology since the 1980's, as compared to a lack of attention to this problem in Russian sociology. Lookism can be defined as discriminatory behavior, which is preceded by the evaluation of a person's appearance based on beliefs, stereotypes and prejudices prevalent within a social community. The author argues that creating a hierarchy of appearance is based on resources acquired by people depending on how attractive their appearance is found by others. This in turn is based upon various stereotypes concerning how a person's appearance is connected to their inner qualities. The article problematizes the heuristic potential of sociological theories in the study of lookism, while discussing certain difficulties of methodological nature. The author evaluates the current crop of scientific publications, which mostly consists of foreign works devoted to studying the impact of images of “perfect” appearance on one's self-esteem, as well as to ways of reducing discrimination based on appearance. Moreover, the distinctive features of lookism reproduction via visual media such as cinema and animation are analyzed. In the end, the author identifies the gaps and outlines the future prospects for studying lookism.

Keywords: lookism; discrimination; appearance; visual analysis; consumer society.

For citation: Orekh E.A. The phenomenon of lookism and its sociological analysis. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2016. Vol. 22. No. 3. P. 67–81. DOI: 10.19181/socjour.2016.22.3.4585

REFERENCES

1. Almond K. Fashionably Voluptuous: Repackaging the Fuller Sized Figure. *Teoriya mody: odezhd, telo, kul'tura*. 2014. No. 33. P. 73–103. (In Russ.)
2. Afanas'eva E.S. The characteristics of tutor's attractiveness influencing the cognitive ability of cadets at educational military frontier institutions. *Vestnik MGOU. Ser. Psikhologicheskii nauki*. 2009. No. 3. P. 52–58. (In Russ.)
3. Bzezyan A.A. Lookism and ethnic discrimination. *Severo-Kavkazskii psikhologicheskii vestnik*. 2012. Vol. 10. No. 3. P. 21–23. (In Russ.)
4. Baudrillard J. La société de consommation: Ses mythes et ses structures. [Russ. ed.: Bodriyar Zh. *Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury*. Transl. from French by E.A. Samarskaya. Moscow: Kul'turnaya revolyutsiya, Respublika publ., 2006. 259 p.]
5. Vaishtein O. "In accordance with the figure": a complete body in Soviet fashion. *Teoriya mody: odezhd, telo, kul'tura*. 2010. No. 15. P. 75–94. (In Russ.)
6. Vul'f N. *Mif o krasote: stereotipy protiv zhenshchin*. Moscow: Al'pina non-fiksh publ., 2016. 446 p. (In Russ.)
7. *Demotivatorium.ru* [online]. Accessed 12.02.2016. URL: <<http://demotivatorium.ru/demotivators/tags/%F2%EE%EB%F1%F2%FB%E5>>. (In Russ.)
8. Komarov O.O., Shalaeva N.Yu. Attraction phenomenon: Cross-cultural aspect. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk*. 2013. Vol. 15. No. 2–3. P. 689–694. (In Russ.)
9. Crary J. Techniques of the observer. Vision and modernity in the nineteenth century. [Russ. ed.: Kleri Dzh. *Tekhniki nablyudatelya. Videnie i sovremennost' v XIX veke*. Transl. from Eng. by D. Potemkin. Moscow: V-A-C press publ., 2014. 256 p.]
10. Orlova G. "See firsthand". Photography and the Soviet project in the era of technical reproducibility. *Sovetskaya vlast' i media*. Ed. by Kh. Gyuntera, S. Khensgen. St Petersburg: Akademicheskii proekt publ., 2006. P. 188–203. (In Russ.)
11. Pogontseva D.V. Ethnolookism — discrimination of ethnic groups based on appearance. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2013. No. 26 (317). P. 89–91. (In Russ.)
12. *Pro Telo. Molodezhnyi kontekst*. Ed. by E. Omel'chenko, N. Nartova. St Petersburg: Aleteiya publ., 2013. 288 p. (In Russ.)
13. Turner B. Recent Developments in the Theory of the Body. *THESIS*. 1994. No. 6. P. 137–167. (In Russ.)
14. Ayto J. *Lookism. Twentieth Century Words*. New York: Oxford University Press, 1999. 485 p.
15. Barlett C.P., Harris R.J. The impact of body emphasizing video games on image concerns in men and women. *Sex Roles*. 2008. No. 59 (7). P. 586–601.
16. Bonds-Raacke J., Raacke J.D. The Relationship between Physical Attractiveness of Professors and Students. Ratings of Professor Quality. *Journal of Psychiatry, Psychology and Mental Health*. 2007. No. 1 (2). P. 1–7.
17. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*. Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 404–429.
18. Chae M.-H. Satisfaction and fashion involvement of female tennis wear consumers. *International Journal of consumer studies*. 2006. No. 30 (1). P. 25–33.
19. Davis A. "Lookism", Common Schools, Respect and Democracy. *Journal of Philosophy of Education*. 2008. No. 41 (4). P. 811–827.

20. Dworkin A. *Woman hating*. New York: E.P. Dutton, 1974. 217 p.
21. Edmonds A., Sanabria E. Medical borderlands: Engineering the body with plastic surgery and hormonal therapies in Brazil. *Anthropology and Medicine*. 2014. No. 21 (2). P. 202–216.
22. Hamermesh D., Biddle J. Beauty and the Labor Market. *American Economic Review*. 1994. No. 84 (5). P. 1174–1194.
23. Hine R. 'In the Margins: The Impact of Sexualised Images on the Mental Health of Ageing Women. *Sex Roles*. 2011. No. 65 (7–8). P. 632–646.
24. Kwan S., Trautner M.N. Judging Books by Their Covers: Teaching about Physical Attractiveness Biases. *Teaching Sociology*. 2011. No. 39 (1). P. 16–26.
25. Martins N., Williams D.C., Harrison K., Ratan R.A. A content analysis of female body imagery in video games. *Sex Roles*. 2009. No. 61 (11). P. 824–836.
26. *Merriam Webster's Collegiate English Dictionary*. Springfield, MA: Merriam-Webster, 2012 [online]. Accessed 12.02.16. URL: <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/lookism>>.
27. Orekh E., Bogomiagkova E. Lookism in the visual communication: A sociological analysis of modern Russian children's animation. *2nd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM2015. Book 1: Psychology and Psychiatry, Sociology and Healthcare, Education Conference Proceedings*. Vol. 1. P. 665–672.
28. Smeesters D., Mussweiler Th., Mandel N. The Effects of Thin and Heavy Media Images on Overweight and Underweight Consumers: Social Comparison Processes and Behavioral Implications. *Journal of Consumer Research*. 2010. No. 36 (6). P. 930–949.
29. Stenmar L., Nordholm L.A. Swedish physical therapists' beliefs on what makes therapy work. *Physical Therapy*. 1994. No. 74 (11). P. 1034–1039.
30. Tietje L., Cresap S. Is Lookism Unjust? The Ethics of Aesthetics and Public Policy Implications. *Journal of Libertarian Studies*. 2005. No. 19 (2). P. 31–50.
31. Tondeur L. Lookism. *Encyclopedia of Gender and Society*. Los Angeles: Sage, 2009. P. 495–497.
32. Warhurst C., Nickson D., Hall R. and van den Broek D. Lookism: The New Frontier of Employment Discrimination? *Journal of Industrial Relations*. 2009. No. 51 (1). P. 131–136.

Received: 11.02.2016.
