

¹Амантаева Д.Б., ²Бурханова Д.К.

¹PhD докторант, e-mail: jamik177@mail.ru

²и.о. доцента, PhD, e-mail: dana.burkhanova@gmail.com

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

ФРЕЙМЫ ПОВСЕДНЕВНОСТИ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Статья посвящена анализу фреймов в повседневной жизни, осмыслению процессов, происходящих в современном обществе, влиянию индустрии красоты на повседневное поведение казахстанских женщин. Целью данной статьи является развитие фрейм-анализа для использования в социологических исследованиях повседневности, а также возможность изучения популяризации индустрии красоты в современном казахстанском обществе, взаимодействие фреймов с агентами. Теория фреймов показывает механизмы проектирования и понятия реальности, поэтому их ценность в современной социологии возрастает с каждым годом.

Привлекательная (аттрактивная) внешность в современном мире играет немаловажную роль в повседневной жизни. Каким образом и почему внешность может быть связана с шансами на более благополучную жизнь, и как этого достичь, знает современная казахстанская женщина. На помощь к ней приходит бьюти-индустрия, которая включает в себя: пластическую (эстетическую) хирургию, косметологические процедуры и т.д.

Авторами статьи были рассмотрены и проанализированы основные труды классиков фрейм-анализа, также представлены результаты экспертного интервью, проведенного в ноябре 2018 года с акторами современной индустрии красоты в РК.

Концепция фреймов представляет ведущую роль в рутинной жизни человека по разным причинам: фреймы формируют повседневное поведение человека в обществе относительно любой культуры, позволяют исследователям анализировать не только рутинную жизнь человека, но и другие факты, составляющие повседневную жизнь.

Ключевые слова: фреймы, индустрия красоты, повседневное поведение.

Amantayeva D.B.¹, Burkhanova D.K.²

¹PhD student, e-mail: jamik177@mail.ru

²PhD, associate Professor, e-mail: dana.burkhanova@gmail.com
Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

Frames of everyday life in the beauty industry

The article is devoted to the analysis of frames in everyday life, understanding the processes taking place in modern society, the impact of the beauty industry on the daily behavior of Kazakh women. The purpose of this article is the development of frame analysis, the main provisions for use in sociological studies of everyday life, as well as the opportunity to show the growth and promotion of the beauty industry in modern Kazakhstan society, the interaction of frames with agents. Frame theory shows the mechanisms of design and the concept of reality, so their value in modern sociology increases every year.

Attractive appearance in the modern world plays an important role in everyday life. How and why appearance can be associated with the chances of a more prosperous life and how to achieve it knows modern Kazakh woman. To help her comes the beauty industry, which includes: plastic surgery, cosmetic procedures, etc. The authors of the article reviewed and analyzed the main works of the classics of frame analysis, as well as presented the results of an expert interview with actors of beauty industry in Kazakhstan. The concept of frames represents a leading role in the routine life of a person for various reasons: frames form the daily behavior of a person in society with respect to any culture, allow researchers to analyze not only the routine life of a person, but also other facts that make up everyday life.

Key words: frames, beauty industry, daily behavior.

Амантаева Д.Б.¹, Бурханова Д.К.²¹Ph.D докторант, e-mail: jamik177@mail.ru²Ph.D, доцент м.а., e-mail: dana.burkhanova@gmail.com
әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.**Сұлулық индустриясындағы күнделікті фреймдер**

Қазіргі қоғамда қазақстандық әйелдердің күнделікті іс-әрекеттеріне сұлулық индустриясының әсері айтылады. Мақаланың мақсаты – социологиялық зерттеу арқылы негізгі ереже ретінде фреймдік талдауды дамыта отырып, күнделікті әрекетті анықтау, сонымен қатар, қазіргі қазақстандық қоғамдағы сұлулық индустриясының өсуі мен танымалдығын, фреймдердің агенттермен өзара байланысын көрсету. Фрейм теориясы жобалаудың механизмі мен ақиқаттың түсінігін де көрсетеді, сондықтан да қазіргі заманғы әлеуметтануда оның құндылығы жыл сайын артып келеді. Жаһандық әлемде сыртқы келбеттің тартымдылығы күнделікті өмір үшін маңызды рөлдің бірі болып отыр. Қандай жағдайда болмасын сыртқы келбеттің жақсы өмір сүруге мүмкіндік деп қазіргі қазақстандық әйелдер оған қалай жетуге болатынын біледі. Ең алдымен оған сұлулық индустриясы: пластикалық хирургия, косметологиялық т.б. шараларымен көмекке келеді.

Мақаланың авторлары фреймдік талдау классиктерінің негізгі еңбектерін сараптап қарастырған, сондай-ақ ҚР қазіргі сұлулық индустриясына интерпретация жасауға мүмкіндік (тырысушылық) болды. Фреймдер концепциясы әр түрлі себептермен адамның рутиналық өмірінде жетекші рөлді білдіреді: фреймдер кез келген мәдениетке қатысты қоғамда адамның күнделікті мінез-құлқын қалыптастырады, зерттеушілерге адамның рутиналық өмірін ғана емес, күнделікті өмірді құрайтын басқа да фактілерді талдауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: фреймдер, сән индустриясы, күнделікті мінез-құлық.

Введение

В современной социальной жизни казахстанцев все большее распространение получает игровой компонент, ставший объектом исследования специализированной концепции – теории фрейм-анализа. Комплексный подход данной теории в наиболее общем виде отображает шаблонность представлений как событий, явлений, поведения и т.д. Фрейм представляет собой рамочную, каркасную модель обобщенного знания, имеющую универсальный, типовой характер (Самарин, 2012:604). Фрейм является статичной структурой, когнитивным образованием, и одновременно моделью репрезентации действительности (Ядов, 2010:20). Фрейм также является мета-коммуникативным определением ситуации, основанным на управляющих событиях, принципах организации, а также вовлеченности в события (Г.С. Батыгин 2003: 43). По мнению ученого Риза, фреймы (рамки) как и «принципы организации, являющиеся общими для общества и постоянными», так называемые «рамки» представляют собой элементы символической вселенной и позволяют социуму «конструктивно структурировать социальный мир» (Reese 2001:11).

Впервые термин «Фрейм» был введен в научный мир Г. Бейтсоном (Bateson, 1972). В социогуманитарную область концепцию фрейма ввел Ирвинг Гофман, который отмечал, что фрей-

мы (рамки) не осознаются субъектом (Гофман, 2003:752). Одним из основоположников фрейм-анализа также считается М. Минский (Гусельникова, 2010), он внедряет научную трактовку термина «фрейм» в теорию искусственного интеллекта и объясняет его как непоколебимую информационную систему. Совокупность структурированных определенным образом данных, служащую для репрезентации стереотипных контекстов (Вахштайн, 2001:41).

Теория фреймов – это неоднородный метафизический конструкт, комплекс концепций аналитической практики исследования повседневного мира и направленных непосредственно на исследование композиции контекстов в элементарных наблюдаемых событиях.

В то время, как повседневные, рутинные действия в обществе воспринимаются как находящиеся в зависимости от ситуации в которой они находятся, и от личностных особенностей и качеств (диспозиций) человека, который их осуществляет. Именно так смысловая концепция анализа фрейма вводит ещё один дополнительный новый фактор – смысловой ракурс их рассмотрения. Презентуется как смысловая рамка или рамка социальных представлений, в конструкции которой личность определяет для себя ситуацию, в которой он непосредственно участвует.

Несмотря на то, что термин «фрейм» используется в кибернетике, психологии, лингвистике

и в других науках, наибольшую популярность теория фреймов получила именно в социологии, для изучения повседневных практик поведения людей.

Фрейм-анализ предоставил возможность изучить рутинные, ежедневные и простые взаимодействия между личностями. Применение теории фреймов также позволяет определенным методом «зашифровать» поведение человека, а также выделить латентные функции того или иного агента и акты его взаимодействия.

В данный период каноны и критерии красоты женщин и мужчин получили множество трансформаций, где важное значение имеет процесс распада культуры красоты как некоего стыда и формирования культуры красоты и раскрепощенности как удовольствия, признания, мейнстрима, нуждающейся в поддерживающих ее изображениях. Этот период характеризуется необратимым процессом роста, развития и популяризации производства косметической продукции, развития и усовершенствования новых технологий в индустрии красоты и ее глубоким проникновением во все слои общества, предлагающего новые стандарты, роли, социальные модели поведения – фреймы для стандартизации внешности не только современных женщин, но и мужчин.

Активное использование капитала привлекательной внешности сегодня позволяет делать вывод о появлении нового человеческого ресурса «красивой власти», «успеха внешности», «привлекательного статуса», «эстетического капитала» зарождения нового периода – расцвета индустрии красоты во всем мире и непосредственно в Казахстане. На сегодняшний день феномен социального престижа привлекательной внешности, а также использование данного капитала представляет собой актуальную тему для исследования с точки зрения фрейм-анализа.

Обзор литературы

Известный современный российский социолог В.С. Вахштайн отмечает существование (Вахштайн, 2001:42) двух основных направлений развития теории фреймов: первое – это социолого-психологическое; второе направление – это кибернетико-лингвистическое.

И. Гофман отмечал (Вахштайн, 2007), что фрейм может включать в себя функцию интерпретации ситуации. Таким образом, согласно социолого-психологическому подходу, фрейм – это не что иное, как ситуация, которая и является своим собственным определением.

Гофман утверждает, что в рамках фрейм-анализа индивид активно классифицирует, организовывает и интерпретирует свой жизненный опыт, чтобы понять его. Таким образом, интерпретация фреймов позволяет отдельным лицам находить, воспринимать, идентифицировать и маркировать в том или ином контексте (Goffman, 1974:21) события или информацию.

Теоретической сутью анализа фреймов является фокус на коммуникативные процессы. Коммуникационный процесс не является статичным, это динамический процесс. Он включает в себя специфику строения фрейма, а также его последующее укоренение, подразумевающее кооперацию между СМИ и аудиторией.

Так, Гитлин использует данную концепцию создания в своем оригинальном исследовании отношений между средствами массовой информации (СМИ) и молодежным, студенческим движением «Новые левые». Он раскрывает кадры как устойчивый выбор, выделения и исключения. Гитлин связывает фрейм напрямую с производством новостного дискурса, отмечая, что кадры дают возможность корреспондентам быстро анализировать большие объемы информации и регулярно структурировать информацию для эффективной трансляции аудитории (Gitlin, 1980:7).

Для Гамсона фрейм является ведущей идеей или сюжетной линией, которая придает смысл реальности (Gamson, Modigliani, 1987:143). Это ядро единицы публичного дискурса, называемого «пакетом», содержащим набор «символических устройств», которые направляют на использование фреймов: жесты и метафоры, образцы и идеалы, броские запоминающиеся фразы, изображения и визуальные образы (Gamson, Lasch, 1983; Gamson, Modigliani, 1989).

О. В. Гусельникова в своем труде «Возможности фреймового анализа» показывает «общую» трактовку фрейма. Она пишет, что фрейм – «это когнитивная структура знания / структура представления знания о типической, тематически единой ситуации, организованная в виде совокупности иерархически расположенных, взаимодействующих друг с другом субфреймов и составляющих их слотов, характеризующаяся наличием конвенционального начала и категориальным принципом организации знания» (Гусельникова, 2009).

В странах независимого содружества государств (СНГ) концепция фреймов больше известна как течение основательного и фундаментального знания, нежели чем эмпирическая теория. В последнее время была издана серия научных трудов, исследующих анализ

концепции фреймов (яркими примерами служат труды В.С. Вахштайна, статья В.В. Волкова и Л.В.Цуриковой, а также детальное трактование научных точек зрения У. Гэмсона (Gamson, 1988) в монографии Г.Г. Почепцова, переводы работы классика социологического фрейм-анализа Ирвинга Гофмана) (Вахштайн, 2007: 3).

В современной социологической среде фреймы практикуются как инструменты. Они дают возможность использовать отдельные компоненты, разовые события практической действительности для преобразования ситуации социальной интеракции людей. Фреймы отличаются по степени организации. Так, первые из них символизируют установившийся комплекс организаций, учреждений и правил. А вторые демонстрируют единое понимание и ракурсы, таким образом «рамки» дают возможность идентифицировать смысл и интерпретировать события. Таким образом, наблюдение «фрейма» в разных фреймах позволяет дифференцировать различные обозначаемые смыслы (например, фрейм объятия символизирует не только романтические отношения, уважение, но также и ситуации поддержки, симпатии, содействия, дружбы и извинения). Это связано с тем, что любой эпизод есть часть единого потока событий. А каждый такой поток и является частью системы фреймов. За такой основой комплекса фреймов нет никаких латентных интерпретаций, это и является «настоящей реальностью».

Гофман предполагал, что ученые интерпретируют или «понимают» повседневные события, используя две основные рамки. Так первой рамкой являются естественные законы, которые основываются на законах физики, химии, биологии. Где исследуются исключительно физические явления и случаи ненаправленные, неориентированные, неодушевленные, неуправляемые. Вторая рамка – это управляемые действия, или социальные рамки, которые «включают волю, цель, и контролирующий эффект одушевленного актора (Goffman 1974: 22).

Бесконечное множество ситуаций, процессов, с которыми ежедневно соприкасаются индивиды, требует для участия и входа в них колоссального числа «ключей». Фреймы могут меняться, принимая новый смысл через ключи. Согласно Гофману, ключи являются идентифицируемыми наборами принципов или сводов правил, норм, с помощью которых деятельность получает смысл в контексте двух основных рамок и превращается в паттерн этой деятельности. По Гофману у первичных фрейм-системах существ-

ует пять важнейших «ключей». Первый ключ – это Выдумка (make-believe), с помощью данного ключа можно трансформировать «серьезное» в «несерьезное». Так ключ «выдумка» основывает вымышленные миры. Вторым ключом у Гофмана – это «Состязание» (contest). Означает за «перевод» фрейма борьбы в безобидную модель игры, но при этом моделирует чувство риска, адреналина и размытости обстоятельств. Третий ключ у Гофмана – это «церемониал» (ceremonial). Данный ключ на время абстрагирует агентов от мира и «фреймирует» их в подлинное перевоплощение ролей. Четвертым ключом является «Техническая переналадка» (technicalredoing). Данный ключ представляет собой презентации, инсценировки, демонстрации, выставки и т. п. Последний пятый ключ – «пересадка» (regrounding). Данный ключ приводит к анализу аргументов действий в событиях, когда «иллюстрация» не совпадает с реальностью.

Согласно фрейм теории агент подвергает анализу происходящий ежедневный, рутинный поток событий, отвечая на вопрос о происходящих событиях и ситуациях здесь и сейчас. Ответ располагается в контексте, в результате чего протекающее событие может толковаться как часть прошлого, и быть аморфно продолжительным во времени. Источник находится в двух главных схемах интерпретации: общественной и естественной, которая допускает закономерный ход, наличие разума и цели, воли. Поэтому фрейм в классическом понимании Гофмана – это и матрица всевозможных ситуаций, и модель различных интерпретаций. Так, агенты могут менять свое движение согласно данной матрице и ограничивать реальность, в зависимости от выбранной модели объяснения.

Одной из наиболее значимых трансформаций в паттернах поведения людей за последнее время является увеличение значимости демонстрируемых доказательств успеха и визуального компонента, заменившего собой многие социальные ценности. Бьюти-индустрия – это фрейм коммуникации, статичная и воспроизводимая конструкция взаимодействия, доступная для наблюдения, анализа и сравнения с другими подобными конструкциями – театральной постановкой, спектаклем. При любой коммуникации «face-to-face» человек сам строит свой образ и с помощью установленных жестов презентует его другим, пытаясь доказать аудитории в правдивости создаваемого представления о себе (Гофман, 2000:302). В свою очередь окружающий социум оценивает индивида на предмет наличия кри-

териев привлекательной внешности в процессе взаимодействия с ним, а также получает информацию о его характеристиках и личностных качествах на основе существующего образа и полученных жестов, а также рутинного, повседневного поведения (фреймов).

Визуальный образ дает возможность сформировать представления о возможных стратегиях поведения индивида в той или иной ситуации. Они впоследствии могут укорениться в качестве стереотипных предчувствий и практик повседневного фрейма. Так существуют закрепившиеся ожидания относительно повседневного поведения (рамки) личностей, которые могут быть внешне эстетически привлекательными (аттрактивными) или непривлекательными (неаттрактивными). Физическая аттрактивность, оцениваемая по чертам лица, фигуре и росту, является ключевым элементом так называемого «эротического капитала» индивида, который является комбинацией эстетической, физической и визуальной привлекательности для других членов общества (Sala, 2013).

Материалы и методы

Многочисленные агенты бьюти-индустрии и медиапространства продвигают этот неуловимый, аттрактивный образ внешности для всех возрастов, форм, типажей и размеров. В целом индустрия красоты демонстрирует мощное влияние на самооценку индивида, на внешний образ, а также непосредственно на восприятие красоты самим актором. Пластическая или эстетическая хирургия охватывает как реконструктивную, так и косметическую хирургию, которая включает реконструкцию/воссоздание, «ремонт» или

восстановление деформации врожденного дефекта, заболевания или травмы, а также косметической хирургии для эстетического апгрейда внешности (De Souza, 2018). Сегодня пластическая (эстетическая) хирургия стала такой неотъемлемой частью жизни как женщин, так и мужчин. Она становится все более важным элементом, поэтому необходимо понять влияние, которое оказывается на наше общество сегодня.

Обладатели так называемого «эротического капитала», который они получили после эстетического «ремонта», предположительно получают определенные привилегии и легче преодолевают барьеры как в карьере, так и в семейной, или личной жизни. Все вышеуказанные элементы аттрактивной внешности могут становиться одним из видов социального превосходства, и накапливаться в течение всей жизни человека и в повседневной жизни. В связи с этим, сегодня услуги и инструменты индустрии красоты дают возможность не только изменения, апгрейда внешних данных, но и соответственно получения больших благ и привилегий в обществе.

В данном контексте, становится актуальным изучение характера и процесса воздействия визуального компонента и внешних характеристик не только на индивида, но и на окружающих акторов (работодатель, партнер, семья).

По данным справочника 2GIS¹ на 12 января 2019 года, в Алматы функционируют 44 центра (клиники), где проводят пластические (эстетические) операции. Наибольшая «концентрация» пластических клиник находится в Бостандыкском районе города Алматы.

¹ Мобильное приложение – справочник об улицах, домах и организациях городов Казахстана

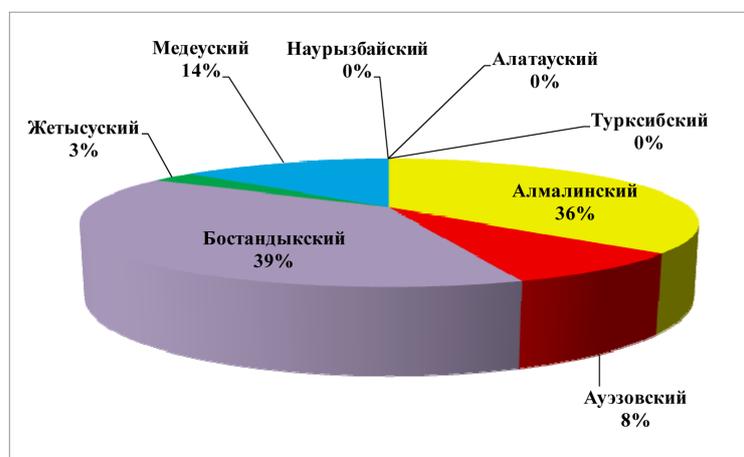


Рисунок 1 – Расположение организаций пластической хирургии по районам г. Алматы

В статье представлены результаты глубинного экспертного интервью, проведенного в ноябре 2018 г. в г. Алматы. Экспертами выступили пластические (эстетические) хирурги и директора клиник (центров) пластической хирургии г. Алматы как акторы, принимающие участие в процессе придания смысла фрейму.

Целью исследования является изучение представлений экспертов о том, какую роль внешность играет в обществе, и выявление факторов, влияющих на эти представления, функциональная значимость внешности и представления о роли красоты в социальных отношениях.

Результаты и обсуждение

По данным международного общества пластической и эстетической медицины (ISAPS) (www.isaps.org), в мире всего 30 000 сертифицированных пластических (эстетических) хирургов, в Казахстане число эстетических хирургов сертифицированных данной организацией, 33 специалиста (<http://plastic-review.com>). По данным Российского общества пластических, реконструктивных и эстетических хирургов, (РОПРЭХ) (<http://spras.ru>), в Казахстане его признанными членами являются лишь 7 пластических (эстетических) хирургов (из них 5 в г. Алматы, 1 в г. Астане, 1 в г. Шымкенте), которые прошли соответствующие сертифицированные экзамены и подтвердили свою компетентность и профессионализм в данной сфере. На сегодняшний день в современном казахстанском обществе наблюдается рост популярности не только косметологических процедур, но и сложных инвазивных хирургических процедур с целью коррекции внешности вне зависимости от возраста.

«Гендерное соотношение клиентов пластической хирургии – примерно 85% к 15%, в пользу женщин. Чаще всего мужчины прибегают сразу к пластике, минуя косметологические процедуры. К сожалению, официальной статистики эстетических операций по возрастным категориям, по полу в Казахстане не ведется. Но, по моим личным наблюдениям, к услугам пластической хирургии раньше чаще обращались в основном пациенты старше 35 лет, то сегодня, в основном, клиенты делают блефаропластику, европеизацию век, сразу после получения аттестата в школе. На первом месте по г. Алматы, – блефаропластика (европеизация век), на втором по популярности месте –

маммопластика (изменение формы, либо увеличение молочной железы)» (эксперт 4, директор клиники).

«Возрастной ценз женщин, прибегнувших к маммопластике: те, которые увеличивают грудь, колеблется примерно от 18-ти до 45 лет» (эксперт 1, пластический хирург).

По имеющимся данным алматинских клиник пластической хирургии, наиболее распространенными процедурами на данный период являются блефаропластика – изменение формы век с целью их европеизации, и маммопластика.

«Сегодня в Казахстане очень большое число женщин делают блефаропластику. Не могу с уверенностью сказать, что популярность данной эстетической операции пришла к нам из Кореи. В Алматы многие девушки азиатского типажа мечтают иметь двойное веко и европейский разрез глаз. Наверное – это больше дань современной моды. Я считаю, нормальным явлением, когда женщина желает подкорректировать, модернизировать, улучшить что-то в своей внешности, если определенная часть тела ее не вполне устраивает. Сегодня с помощью развития новых, современных технологий в мире пластической и эстетической хирургии большинство женщин и девушек, а также мужчин могут еще долгое время оставаться молодыми и привлекательными. Приведу пример из жизни. Одна моя близкая родственница, например, сделала несколько эстетических операций. И я ее ни в коем случае не отговаривал, этому не препятствовал. Я только за, чтобы пациент, независимо от пола и возраста, чувствовал себя привлекательным, а значит уверенным в себе и, несомненно, счастливым!» (эксперт 5, пластический хирург).

«Для примера, только одна клиника в Алматы в неделю может проводить: 10 процедур по блефаропластике и 5-6 по маммопластике» (эксперт 6, директор клиники).

Эксперты также отмечают изменившееся отношение людей к инвазивным процедурам, связанное с большей распространенностью «инструментов» и услуг предоставляемых в бьюти-индустрии, а именно пластической хирургии. По мнению экспертов, рост количества эстетических операций напрямую связан с ростом благосостояния и увеличением средней заработной платы в Казахстане, так как средняя стоимость данных процедур варьируется от 224 000 тенге для блефаропластики, и от 1 147 500 тенге для маммопластики.

«Если во времена существования СССР человек не мог позволить себе пластическую, эс-

стетическую операцию лишь потому, что для него это было финансово-затратно, то сегодня, например, в г. Алматы мидл класс, может позволить сделать себе любые пластические операции. Это в первую очередь говорит о повышении уровня жизни, среднего дохода в нашей стране, и эта тенденция будет

возрастать из года в год» (эксперт 3, директор клиники пластической хирургии) (<https://www.kazpravda.kz>).

По данным Агентства по статистике Республики Казахстан, за последние 5 лет средняя заработная плата увеличилась в 1,3 раза (<http://stat.gov.kz>).

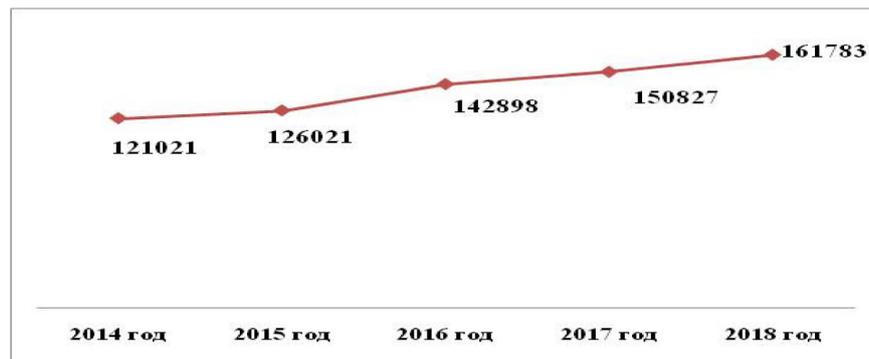


Рисунок 2 – Средняя заработная плата по РК, в динамике (5 лет), тыс.тенге

Также, многочисленные акторы индустрии красоты эксплуатируют неуверенность индивидов, проецируя иллюзорный миф о красоте, что доказывает взаимосвязь фреймов повседневного поведения с сферой развития индустрии красоты в обществе.

«Красивая, симметричная, наполненная, привлекательная грудь для любой женщины является важным элементом уверенности в себе. Такая женщина/девушка чувствует себя успешной, гармоничной личностью, которая нравится как окружающему обществу, так и сама себе. А если женщина нравится сама себе, то она нравится всем и может и добивается успеха и личностного роста. Это и есть та самая истина, которая всегда работает» (эксперт 2, пластический хирург).

Использование новоявленных разработок, доступных средств и новых технологий в индустрии красоты с целью улучшения внешности, в особенности у женщин, напрямую меняет траекторию их повседневного поведения (фреймов), происходит транспонирование женщины из категории «внешне непривлекательной – неуспешной», «не уверенной в своей внешности», в «внешне привлекательную – успешную», «уверенную» категорию.

«Конечно, в таких странах как США, Китай, Корея, Бразилия, Россия, рынок эстетической и пластической хирургии остается более

развитым и более конкурентным. В Казахстане наш «рынок», конечно, тоже растет и стремительно развивается, и не я могу сказать, что мы сильно отстали от других стран в техническом плане. Мы скорее, отстаем от вышеуказанных стран в развитии рынка пластической хирургии, скорее всего, из-за применения той или иной аппаратуры. В тех странах она наиболее современная, но мы тоже стараемся пользоваться новыми аппаратами, конечно немного с отставанием, это факт» (эксперт 1, пластический хирург).

«Внутренняя красота, на мой взгляд, отошла на второй план, потому что появился культ красивого тела. У женщин выработалась определенная «картинка», которую они хотят видеть ежедневно в своем зеркале. Быть может, это не совсем правильно. Я считаю, это влияние США и Европы. Ежегодно претерпевает изменения жизнь людей, меняются взгляды, мода на тип определенной внешности. Внешняя аттракция выходит на самый важный план, тогда как ум, воспитание не в тренде и, отсюда следует, что рынок эстетической хирургии набирает все большие и большие обороты, популярность пластических операций растет, и будет расти из года в год» (эксперт 1, пластический хирург).

При подобном транспонировании и смене траекторий фреймов процедуры пластической

хирургии могут быть рассмотрены как инвестиции в человеческий «эротический» капитал, который впоследствии можно монетизировать и который приводит к улучшению экономического результата.

Заключение

Бьюти-индустрия – это стремительно развивающаяся отрасль, оборот которой по оценкам агентства Reuters в 2018, сумма составила более 532 миллиардов долларов в 2017 году (Bradshaw, 2019).

Культ роскошного и красивого тела, внешней привлекательности стал массовым явлением (мейнстримом) и важным социальным измерением в информационном обществе, где нормы и изображения транслируются по всему миру стремительно развивающимися и всепоглощающими социальными сетями, средствами массовой информации и коммуникации и акторами индустрии красоты. В современных реалиях «телесное изменение» (татуировки, пирсинг, пластическая хирургия, косметология и т.д.) продолжает набирать обороты и для определенного числа людей тело является «фокусом» самовыражения и самоопределения. Вместе с тем, в современном обществе внешний иконический компонент очень часто приравнивают к реальности и фреймом повседневности; как следствие в обществе формируется фрейм «хорошо выглядеть – означает знак равенства – быть хорошим, успешным, востребованным, любимым, а значит счастливым». В казахстанском обществе феномен аттрактивной внешности напрямую связан с интенсивным развитием и тотальным распространением индустрии красоты.

В данном случае существует явное противоречие в использовании инструментов косметической хирургии: желание выражения индивидуальности и общего социального давления, для соответствия определенным стандартам внешней привлекательности.

Учитывая тот факт, что эротический капитал «окупается», свидетельствует о существовании фрейма успешности и внешней привлекательности, несмотря на то, что для монетизации данного вида своего капитала, необходимо воплощать «правильный» вид внешней привлекательности, соответствующего фреймам социального класса, возраста и т.д. (Kuipers, 2015)

Мультифункциональность теории фреймов базируется прежде всего на том, что любую концепцию следует систематизировать, паттернировать, классифицировать, задать формулу для изучения. Фреймированием создается четкая систематизация, связь знаний, навыков, опыта благодаря множеству инструментов наблюдения, этнографических методов, фиксирования эпизодов повседневной жизни, что приводит к увеличению количества предметных и метапредметных связей. Концепция фреймов представляет ведущую роль в рутинной жизни человека по разным причинам: фреймы формируют повседневное поведение человека в обществе относительно любой культуры, позволяют исследователям анализировать не только рутинную жизнь человека, но и другие факты, составляющие повседневную жизнь. Результаты, полученные в процессе исследования, позволяют расширить научные представления об особенностях формирования и развития индустрии красоты, фреймы взаимодействия в данной сфере.

Литература

- Bateson G. (1972 [1955]). A theory of play and fantasy.
- Bateson G. Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology. Chicago: University of Chicago Press. 1972. - P. 177–193
- Bradshaw, H. K., Leyva, R. P., Nicolas, S. C. A., & Hill, S. E. Costly female appearance-enhancement provides cues of short-term mating effort: The case of cosmetic surgery». // *Personality and Individual Differences*. – 2019. – № 138. – P. 48–55.
- De Souza, M. M., Jewell, A. D., Grief, S. N., & Vail, B. A.. Plastic Surgery for Women. // *Primary Care: Clinics in Office Practice*. – 2018. - 45(4). - P 705–717
- De Vreese C. H. News framing: Theory and typology // *Information design journal+ document design*. - 2005. - Т. 13. - № 1. - С. 51-62.
- Giselinde Kuipers. «Beauty and distinction? The evaluation of appearance and cultural capital in five European countries». // *Poetics*. - 2015. - Volume 53. – P. 38-51
- Sala E. et al. (2013). Exploring the impact of male and female facial attractiveness on occupational prestige. // *Research in Social Stratification and Mobility*. – Vol. 31. - P. 69-81.
- Батыгин Г. С. Континуум фреймов: социологическая теория Ирвинга Гофмана.
- Вахштайн В.С. Памяти Ирвинга Гофмана. // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. - 2007. - № 3 (83). - С. 141-151.

- Вахштайн В.С. Социология повседневности и теория фреймов. СПб.: Изд-во Европейского ун-та. 2011. - С. 41
- Вахштайн В.С. Теория фреймов как инструмент социологического анализа повседневного мира. Автореферат диссертации на соискания ученой степени кандидата социологических наук. Москва. 2007. - С.3
- Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта: Пер. с англ. Под ред. Г.С.Батыгина и Л. А. Козловой; вступит. статья Г. С. Батыгина. М.:Институт социологии РАН, 2003.- С. 7-57. С.42-43.
- Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта под ред. Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН. 2003. – С. 752
- Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц КУЧКОВО ПОЛЕ, 2000. - С.302
- Гусельникова О.В. Возможности фреймового анализа. // Мир науки, культуры, образования. - 2009. № 5. С. 29-32.
- Гусельникова О.В. Терминологический аппарат структуры фрейма. // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. - 2010. - № 9. - С. 137-149.
- Самарин А.В.Кросс-мобильность теории фрейма в системе научных знаний//Фундаментальные исследования.- 2012. - № 6 (часть 3). - С. 604
- Ядов В.А., Е.Н. Даниловой, К. Клеман.. Как люди делают себя. Обычные россияне в необычных обстоятельствах: концептуальное осмысление восьми наблюдавшихся случаев. Под общ. ред. М.: Логос, 2010. - С. 20.

References

- Bateson G. A (2018) Theory of play and fantasy. Bateson G. Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology. - Chicago: University of Chicago Press, 1972 pp. 177–193
- Bradshaw, H. K., Leyva, R. P., Nicolas, S. C. A., & Hill, S. E. Costly (2019) Female appearance-enhancement provides cues of short-term mating effort: The case of cosmetic surgery. *Personality and Individual Differences*, 138, pp. 48–55.
- De Souza, M. M., Jewell, A. D., Grief, S. N., & Vail, B. A. Plastic Surgery for Women. *Primary Care: Clinics in Office Practice*, 45(4), pp. 705–717.
- De Vreese (2005)C. H. News framing: Theory and typology.*Information design journal+document design*, Vol. 13, no. 1, pp. 51-62.
- E. Goffman (1974) *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. Northeastern University Press, 21 p.
- Gamson, W. A. (1988) A constructionist approach to mass media and public opinion. *Symbolic Interaction* 11, pp. 161-174.
- Gamson, W. A., & Lasch, K. E.(1983) The political culture of social welfare policy. In S. E
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989) Media discourse and public opinion: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, pp. 1-37.
- Giselinde Kuipers (2015) Beauty and distinction? The evaluation of appearance and cultural capital in five European countries. *Poetics*, Volume 53, pp. 38-51
- Sala E. et al. (2013) Exploring the impact of male and female facial attractiveness on occupational prestige. *Research in Social Stratification and Mobility* 31, pp. 69-81.
- Batygin G. S. (2003) Kontinuum frejmov: sociologicheskaya teoriya Irvinga Gofmana. Gofman I. Analiz frejmov: ehssе ob organizacii povsednevnogo opyta: [Frame Continuum: Irving Hoffman’s sociological theory. Frame Hofman. Frame analysis: the experience of organizing everyday experience]. Translated by . G.S.Batygina i L. A. Kozlovoj; article G. S. Batygina. М.:Sociology University RAN, pp. 7-57, pp 42-43.
- Vahshtajn V.S. (2007) Pamyati Irvinga Gofmana. Monitoring obshchestvennogo mneniya: ehkonomicheskie i social’nye peremeny. [In memory of Irving Hoffman]. .Monitoring of public opinion: economic and social changes, no. 3 (83), pp.141-151.
- Vahshtajn V.S. (2011) Sociologiya povsednevnosti i teoriya frejmov. [Sociology of everyday life and the theory of frames]. SPb. Izd-vo Evropejskogo un-ta, pp. 41
- Vahshtajn V.S. (2007) Teoriya frejmov kak instrument sociologicheskogo analiza povsednevnogo mira. [Frame theory as a tool for the sociological analysis of the everyday world]. Abstract of dissertation for the degree of candidate of sociological sciences. Moscow, pp.3
- Gofman I. (2003) Analiz frejmov: ehssе ob organizacii povsednevnogo opyta [Frame analysis: an essay on the organization of everyday experience]. by ed. G.S. Batygin, L.A. Gantry M .: Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences, pp. 42
- Gofman I. (2000) Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoj zhizni. [Introducing yourself to others in everyday life]. CAN-ON-PRESS-C KUCHKОВО FIELD, pp.302
- Gusel’nikova O.V. (2009) Vozmozhnosti frejmovogo analiza . [Frame Analysis Features] *World of science, culture of education*, no. 5.pp. 29-32.
- Gusel’nikova O.V. (2010) Terminologicheskij apparat struktury frejma [Terminological apparatus of the frame structure. *Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University*]. *Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University*, no. 9 pp. 137-149.
- Kak lyudi delayut sebya. Obychnye rossiyane v neobychnyh obstoyatel’stvah: konceptual’noe osmyslenie vos’mi nablyudavshih-sya sluchaev. М.: Logos, 2010, pp. 20.[How people make themselves. Ordinary Russians in unusual circumstances: a conceptual understanding of eight cases observed.]. Under total. ed. By V.A. Yadova, E.N. Danilova, K. Clement. М., Logos, 2010. pp. 20
- Samarin A.V. (2012) Kross-mobil’nost’ teorii frejma v sisteme nauchnyh znaniy [Cross-mobility of frame theory in the system of scientific knowledge] *Basic research*. № 6 (3) pp. 604, Moskva 2007, pp. 3