

УДК 009

**Е. И. Грекова**

*г. Екатеринбург, Россия*

## ИНДУСТРИЯ КРАСОТЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

**АННОТАЦИЯ.** В данной статье рассматривается влияние глобализационных процессов на повседневную культуру, определяется роль индустрии красоты в современном мире и ее особенности, анализируется связь индустрии красоты с пространством Интернета и их взаимодействие. **КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** глобализация, культура повседневности, индустрия красоты, медиакультура, интернет-пространство, социокультурная среда

**E. I. Grekova**

*Yekaterinburg, Russia*

## BEAUTY INDUSTRY IN MEDIACULTURE SPACE

**ABSTRACT.** This article discusses the impact of globalization processes on the service sector. The role of the beauty industry in the modern world and its features are also defined. The connection of the beauty industry with the Internet and their interaction is described.

**KEYWORDS:** globalization, everyday culture, beauty industry, media culture, Internet space, social and cultural environment

Глобализационные процессы продолжают изменять социокультурную среду, проникая во все сферы жизни общества. Подверженной влиянию глобализации оказывается и культура повседневности, в частности сфера услуг, которая включает в себя огромное количество разных видов коммерческой и некоммерческой деятельности, образующих отдельные отрасли. Одна из таких отраслей – индустрия красоты.

Индустрия красоты – бурно развивающаяся отрасль, в которой представлены различные предприятия (парикмахерские, салоны красоты, имидж студии, студии нейл – дизайна, студии загара, косметологические центры, клиника эстетической медицины и пр.). К этой же области можно отнести различные спортивно-оздоровительные предприятия, в том числе и фитнес-центры, а также разнообразные косметологические центры и центры по коррекции фигуры [1].

Благодаря происходящим глобализационным изменениям данная сфера с каждым годом набирает все большую популярность. С чем это связано?

Если говорить о красоте, то еще с древних времен человека заботил его внешний вид. « Красота человеческого тела волновала и волнует многих мыслителей – от античности до современности...» [3]. В каждой эпохе на разных промежутках времени тема красоты занимала отнюдь не последнее место. Не случайно психологи считают, что внешность человека отражает его внутренний мир, так называемое внутреннее «я». Изменение своего внешнего вида является одной из главных потребностей самовыражения.

В научной литературе можно встретить различные подходы к систематизации ценностно-смысловых характеристик индустрии красоты. Но в любом случае в основе этих характеристик лежит отношение человека к своему телу и тем его преобразованиям, которых он ожидает.

К мотивам обращения людей к индустрии красоты относятся следующие:

- дестигматизация (стремление избавиться от природных и социальных стигматов – телесных знаков, ухудшающих имидж субъекта);
- символизация (нанесение телесных знаков, улучшающих имидж субъекта);

- забота о здоровье;
- гедонистический мотив (мотив удовольствия, получаемого во время процедуры).

Каждый из этих мотивов соотносится с группой основных потребностей. В целом, мотивация потребителей индустрии красоты имеет сложную структуру, определяемую всем спектром ее ценностно-смысловых характеристик [5].

В настоящее время индустрия красоты – это и бизнес, и место отдыха. Поэтому эту сферу можно отнести к социально-культурной деятельности, поскольку она выполняет коммуникативную и рекреативно-оздоровительную функции.

Еще одна из причин растущей популярности индустрии красоты стало развитие производства косметики. Российский косметический рынок является одним из самых быстрорастущих рынков косметических средств. Его доля на мировом рынке составляет около 3 % на 2015 год. Согласно данным Euromonitor International, объем российского рынка косметических средств составляет 16,5 млрд. долларов. По оценкам экспертов, потенциальная емкость косметического рынка в России может составлять около 15–18 млн. евро. Однако такой уровень будет достигнут только в 2017–2018 годах [2].

Рассмотрев основные причины роста популярности индустрии красоты, нельзя не сказать про главный фактор, усиливающий влияние данной отрасли на общество. Этим катализатором является всемирная сеть Интернет.

Конечно, телевидение и другие средства массовой коммуникации оказывают большую поддержку в сфере пропаганды индустрии красоты во всем мире, однако влияние глобальной сети и ее нынешнее значение трудно переоценить.

Сети Интернет, исходя из представленного в них контента, выступают в качестве особого медиапространства, структура которого достаточно сложна и отвечает всем интересам и потребностям потребителей информации. Современное медиапространство – «это система, которая функционирует по сетевому

механизму, что помогает ей всегда оставаться актуальной и адаптированной в условиях стремительно меняющихся жизненных обстоятельств, дает возможность оперативно отвечать на запросы рынка» [6].

С развитием социальных сетей и различных видеохостингов в нашу жизнь все быстрее стали проникать западные тренды. Одним из таких трендов является публикация изображений своей внешности в различные социальные сети. Сейчас модно быть в центре внимания, становится важнее закрепить свое «публичное», а не истинное «Я» [7].

Анализируя статистику из годового отчета по поиску запросов компании Google, количество запросов в категории «Красота» в 2015 году увеличилось на 46% по сравнению с предыдущим годом. Основной интерес пользователей сосредоточен в трех подкатегориях: прически, уход и окрашивание волос, а также макияж и маникюр. При этом последняя является абсолютным лидером по темпу роста. Таким образом, данные Google поиска подтверждают высокий спрос на услуги индустрии красоты и еще раз доказывает, что общество отводит не последнюю роль этой сфере в своей жизни [4].

Интересным фактом становится то, что на данный момент мобильные средства – самая важная платформа для индустрии красоты. Смартфоны сопровождают людей в течение всего дня и позволяют им в любой удобный момент найти ответ на интересующий вопрос, касающийся внешнего вида. Обращаясь, опять же, к статистике поиска данных компании Google, можно заметить, что 65% трафика создают запросы о красоте с телефонов. И этот показатель продолжает стремительно набирать обороты [2].

Подводя итоги, можно констатировать, что индустрия красоты играет важную роль в современном мире. При этом под влиянием глобализации постоянно изменяются ценности, вкусы и потребности людей. Благодаря Интернету ускорился процесс влияния индустрии красоты на общество. Сеть стала «проводником» человека в мир красоты, а это значит, что индустрия красоты все больше становится «мобильной категорией».

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бузина М.М. Специальное мероприятие как средство продвижения услуг в индустрии красоты 2014 [электронный ресурс] 2014 г. <http://vikidalka.ru/2-161010.html>
2. Индустрия красоты – 2017. – №1 [Электронный ресурс] URL: <http://ekb.rbcplus.ru/news/59d228a17a8aa922b92c8e43> )
3. Кириллова Н.Б., Пестова А.В. «Трансформация "телесного канона" в условиях виртуализации социокультурного пространства» // Человек в мире культуры. Региональные культурологические исследования. – 2016. – № 3. – С.3-6
4. О чем думают женщины [Электронный ресурс] URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/chego-khotiat-zhenshchiny-glavnye-trendy-industrii-krasoty/> 3
5. Орлова К.Н. Индустрия красоты : Социокультурные аспекты [Электронный ресурс] URL: <http://www.dissercat.com/content/industriya-krasoty-sotsiokulturnye-aspekty>
6. Плахтий И. С. Развитие медиапространства в современном обществе // Молодой ученый. – 2017. – №17. – С. 204-207.
7. Пятнадцать потребительских трендов, наступающих с Запада [Электронный ресурс] URL: <https://belretail.by/article/potrebitelskih-trendov-nastupayuschih-s-zapada>