

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

УДК 009

ГРНТИ 13.01.11

Код ВАК 24.00.01

М. А. Беляева

Екатеринбург, Россия

КОНКУРСЫ «БЕРЕМЕННОЙ КРАСОТЫ»: ИННОВАЦИЯ ИЛИ АРХАИЗАЦИЯ КУЛЬТУРЫ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: образ беременности, реклама, культура, деинтимизация, ценности материнства и детства.

АННОТАЦИЯ: В данной статье автор анализирует сравнительно новое культурное явление в жизни российского общества – конкурсы красоты среди беременных женщин. В основу анализа положены материалы СМИ, отражающие опыт проведения подобных мероприятий, и, в частности, региональный опыт г. Екатеринбурга.

M. A. Belyaeva

Yekaterinburg, Russia

«PREGNANT BEAUTY CONTESTS»: INNOVATION OR RETURN TO ARCHAIC CULTURE

KEY WORDS: image of pregnancy, advertising, culture, deintimation, the values of motherhood and childhood.

ABSTRACT: the author analyses a relatively new cultural phenomenon in the life of Russian society – beauty contests among pregnant women. The analysis was based on the materials of mass-media, that reflected the experience of holding similar events, and, in particular, the regional experience of Yekaterinburg.

Индустрии рекламы и шоу-бизнеса последовательно осваивают самые заповедные уголки человеческой повседневности. Благословенное состояние женщины, т.е. беременность, некоторое время назад еще была табуирована в силу сакральности материнства и интимности процесса рождения детей. Но современная версия консьюмерной культуры, превознося главные святыни – деньги и власть, дающие возможности безграничного потребления, все сакральное лишает былого пиетета и неустанно штурмует глубины интимного. Ярким примером такого «культурного штурма» являются, на наш взгляд, конкурсы красоты среди беременных женщин.

Конкурсы «беременной красоты», «красоты в положении» – это сравнительно новое явление в культурной жизни российского общества. Свердловская область и Екатеринбург оказались первопроходцами в этом начинании. Согласно общероссийской газете «Новые Известия» первый в России конкурс красоты среди беремен-

ных женщин состоялся в г. Каменск-Уральском Свердловской области (2.12.2002). Конкурсантки дефилировали, демонстрировали танцевальные па, участвовали в творческих состязаниях. Вместе с будущими мамами соревновались и их супруги [8].

В Москве конкурс красоты среди будущих мам был организован в День защиты детей (1.06.2005.) в рамках праздника для молодых родителей «Новая жизнь» [8]. Далее подобные шоу неоднократно проходили и в других городах страны (Екатеринбург, Н. Новгород, Санкт-Петербург, Ульяновск и др.).

Первый общегородской конкурс красоты в Екатеринбурге среди беременных женщин состоялся 1 декабря 2006 г. [10]. Это мероприятие было названо уникальным событием, приуроченным к Международному Дню Матери и проводимым в рамках реализации Федеральной программы по национальным приоритетам. Благодаря этой программе в 2006 г. был

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

запущен проект «Мода на материнство как социальный проект России», который, как планировалось, должен был охватить все города России. В самом названии, на наш взгляд, скрыто противоречие, если задача возрождать традиционные ценности, то о моде речь идти не может. Беременная женщина – это не мимолетная мода, это вечная природа. По крайней мере, до последнего времени человечество надеялось, что женщины не перестанут рожать детей ни при каких условиях.

Реализация проекта «Мода на материнство» предполагала агитацию женщин к продолжению рода по всем правилам современного пиара. Так, в Екатеринбурге должны были появиться билборды с фотографиями молодых счастливых матерей с детьми и мужьями. Кроме того, к реализации проекта его создатели планировали привлечь представителей среднего бизнеса, которые будут развивать индустрию дешевых и экологически чистых товаров для материнства и младенчества. Вторым шагом планировалось привлечение екатеринбургских модельеров, которые бы разработали коллекцию одежды для будущих мам. Данная мера, на наш взгляд, несколько опоздала, т.к. соответствующий сегмент товарного рынка уже был сформирован, и стильная, функциональная одежда для беременных перестала быть дефицитом. Третье направление реализации проекта заключалось в проведении конкурсов красоты среди беременных.

Какова программа конкурса, и организационные особенности предварительного отбора? Рассмотрим материалы, анонсирующие Весенний парад красоты беременных и конкурс «В ожидании чуда» в Санкт-Петербурге: «Участие в конкурсе могут принять все желающие беременные женщины, чей срок на момент проведения мероприятия будет составлять от 22 до 36 недель беременности (предварительный кастинг не проводится). Конкурс включает: выход-представление, танцевальный номер, выход в вечерних/свадебных нарядах. Также в программе: показ брендов детской одежды в исполнении моделей детского модельного агентства..., выступ-

ление детского музыкального шоу... Вход свободный...» [9].

В целом данное мероприятие носит семейный формат: дети, женщины, отсутствие предварительного кастинга, но большие сроки беременности приветствуются, видимо, они необходимы для достоверности и «полноты» картины. По этому поводу логично проанализировать экспертное мнение психологов и врачей. В информационном океане Интернета встречаются редкие статьи, где специалисты осторожно высказывают некоторые опасения относительно риска для здоровья матери и ребенка, связанного с участием в публичных мероприятиях такого рода: «...будущая мама может пережить негативные эмоции, участвуя в соревновании, ...волнение и некоторый стресс могут навредить плоду, ...когда речь идет о женщине с первой беременностью – это огромный риск!» [8].

Чтобы разделить ответственность, екатеринбургский конкурс, например, проводится в тесном сотрудничестве с муниципальными органами здравоохранения и профильной психологической службой, что указано в объявлении об отборе претенденток на конкурс 2012 г.: «...Управление здравоохранения Екатеринбурга совместно с межрегиональной компанией «Молодая мама» проводят отбор претенденток на Седьмой Общегородской конкурс для будущих мам. Попробовать себя в новом качестве и стать «признанной» будущей мамой сможет каждая, если обратится с заполненной анкетой-заявкой к наблюдающему беременность врачу в женской консультации. Главный критерий в отборе претенденток – состояние здоровья будущей мамы и срок беременности, который на момент проведения финального шоу должен составлять 28-32 недели» [7].

Следует отметить, что екатеринбургский конкурс, в отличие от Санкт-Петербургского парада, является не одномоментным, а длительным процессом, так как собственно дефиле в нарядах от кутюр будет в финале конкурса, а в предварительных турах конкурсы претендентки

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

должны будут доказать, что они ведут здоровый образ жизни, интеллектуально и физически развиты, психологически готовы к беременности и являются эталоном счастливого материнства; обладают хорошими манерами, фотогеничны и представительны; отменные хозяйки; активны, верят в свои силы и, конечно, красивы. Организаторы конкурса полагают, что именно такую будущую маму хотят видеть жители Екатеринбурга, поэтому изначальное количество претенденток сокращается отборочными этапами, а финалистки должны проходить серьезную подготовку, включающую занятия йогой, психологическое тестирование, постижение актерского мастерства и др. [8].

Представленный формат конкурса «беременной красоты» имитирует обычные конкурсы «высокой» красоты, где СМИ искусственно создают шарм престижности участия в подобном шоу. В объявлении о кастинге 2012 г. организаторы екатеринбургского конкурса решили несколько ретироваться, и внесли постскрипtum следующего содержания: «Организаторы еще раз подчеркивают, что конкурс для будущих мам ни в коем случае не является конкурсом красоты, и в первую очередь внимание жюри будет обращено на то, насколько ответственно будущие мамы относятся к материнству, рождению и воспитанию своих детей» [6]. Тогда нужно проводить конкурс «беременной ответственности», репрезентация которой будет иметь несколько иные формы.

Насколько шоу-проекты из серии «Мода на материнство» могут повлиять на тех, кто находится в процессе репродуктивного самоопределения, т.е. прежде всего на молодежь в возрасте 20-30 лет? Согласно нашим исследованиям [1. С. 35-65], весомость такого влияния, например, на студенчество, погруженное в учебу и работу одновременно, сводится к нулю. Эта категория молодежи далека от репродуктивной проблематики до той поры, пока «гром не грянет», т.е. до наступления беременности, часто случайной.

Показательна запись в блоге «Дневник беременной Нижегородки»: «В нашем

городе будет конкурс красоты для будущих мам! Конкурс «Красота в положении» проводится журналом «Радости материнства». Для участия нужно разместить две своих фотографии в альбоме в группе «ВКонтакте» и ждать приглашения на кастинг... Я, конечно, отправила заявку. *Меня пока смущает только то, что предполагаемая дата родов – 11 ноября, а конкурс будет проводиться 15-го* (выделено курсивом нами – М.Б.). Но мне так хотелось бы поучаствовать! Да и конкурс красоты был бы очень логичным завершением моей такой интересной и активной беременности» [3].

Как с точки зрения здравого смысла, так и с точки зрения науки, логичным завершением беременности является рождение здорового ребенка и активное грудное вскармливание, которое становится возможным, если женщина сосредоточена на ребенке. Формирование бондинга как незримой интуитивной связи матери и ребенка, предполагающей понимание его потребностей, начинается еще на пренатальном этапе. Всякая публичность матери отдаляет ее от возможности быть единым целым с ребенком не только на физическом уровне, но главное – на психологическом и духовном уровнях.

Конкурсы «красоты в положении» не ставят задач, связанных с благополучием отношений в диаде «мать-дитя». В концепции, например, екатеринбургского конкурса провозглашается «... целенаправленное создание нового образа беременной женщины; женщины здоровой, активной, образованной, духовно развитой личности, ориентированной на счастливую семейную жизнь и успех в профессиональной карьере, верящей в свои силы, осознающей ответственность за рождение и воспитание здорового и образованного будущего нашей страны...» [10]. Насколько актуален карьерный успех для женщины в третьем триместре беременности? И где ребенок, который заменен «здоровым и образованным будущим страны»?

Организаторы полагают, что: «... женская красота восхищает мир, вызывает трепет у сильной половины человечества. А

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

женщина поистине ощущает себя женщиной, когда носит в себе ребенка, – в это время она особенно прекрасна. Беременная женщина, будущая мать – вот женский идеал чистоты и совершенства...» [10]. Прекрасной женщину в этот период делают не округлившиеся формы, эффектный наряд и макияж стилиста, а ощущение ни с чем несравнимой значимости своей миссии – творение и рождение нового человека. Эта миссия глубоко альтруистична и предполагает жертвенное поведение. Однако отзывы «сильной половины» не отличают позитивные оценки, скорее наоборот...

Какие женщины участвуют в конкурсе, и что их привлекает? Например, на екатеринбургский конкурс 2006 г. пришло 110 заявок (в 2012 г. – 100), из которых организаторы отобрали 45 претенденток. После кастинга, на котором женщины пели, читали стихи, танцевали, в финал вышли 16 будущих мам, находящихся на пятом месяце беременности. Среди участниц финала оказались гимнастка, имиджмейкер, фехтовальщица, журналист. Все молодые мамы не старше 25 лет. Для большинства из них – эта беременность первая [8].

К 2012 г. у екатеринбургского конкурса появились свои фанатки: «Многие из будущих мам, которые захотели принять участие в конкурсе, уже имеют одного или двоих детей, некоторые из участниц – троих или четверых. Одна из тех, кто подал заявки на участие в конкурсе – Надежда... – принимала участие в Первом общегородском конкурсе для будущих мам (2006 г.) Сейчас она ждет уже четвертого ребенка, и вместе с другими участницами завтрашнего кастинга хочет выйти в финал конкурса 2012 г.» [6]. Если Надежда не фантомный персонаж, тогда у организаторов конкурса появляется мощный аргумент, видеть причинно-следственные связи между многодетностью этой женщины и ее участием в конкурсе.

Победа в конкурсе гарантирует: «... каждая вышедшая в финал беременная получит сертификат на роды в сервисных условиях в выбранном роддоме и множество других приятных подарков... Главный критерий – не размер живота, а «умение его

носить»» [8], т.е. в ходе соревнований будущие мамы должны продемонстрировать свое обаяние и грациозность. В екатеринбургском конкурсе 2006 г. все 16 финалисток получили сертификаты на роды в любом из четырех родильных домов города по выбору, а также путевки в детские сады, которые в городе на вес золота. И про золото: участницам, занявшим первые три места, были вручены ювелирные украшения.

Путевку в детский сад, с учетом остроты этой социальной проблемы, можно расценивать практически как билет в счастливую жизнь на весь период дошкольного детства. Но насколько важны эти прагматические и эстетические бонусы, или главным является желание оказаться в центре внимания, в лучах софитов и, может быть, в поле зрения потенциальных работодателей на будущее? Рассмотрим комментарий победительницы конкурса: «Я, как и другие девушки, шла на конкурс не состязаться, а хорошо провести время. В этом принципиальное отличие от обычных конкурсов красоты, где, как говорят, модели рвут друг друга на части. Я с самого начала знала, что главный приз – у меня в животе» [8].

Победительница рассуждает здраво, и если бы данное шоу было клубным мероприятием для узкого круга лиц – родственников и знакомых, тогда мы оценивали его с других позиций, но данное шоу проводится не для организации интересного досуга беременных. «Наша цель – пропаганда здорового, счастливого, желанного материнства ... Мы создали этот конкурс, чтобы ...показать, что женщина в положении не должна считаться какой-то неполноценной. Она красивая и жизнерадостная, как любая другая» (из интервью с главным педиатром г. Екатеринбург) [8].

О какой «неполноценности», и о каком счастье материнства идет речь? Зафиксировать красоту момента можно и с помощью любительской или профессиональной фотосессии, а далее определять место размещения получившихся шедевров: семейный альбом или персональная страница в социальных сетях. Рейтинги красавиц, благодаря безграничности сете-

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

вых коммуникаций, легко выстраивать через заочное голосование, так зачем тогда устраивать шоу? Кто в данном случае главный заказчик «хлеба и зрелищ»?

Пафосные слова о желанном, здоровом и счастливом материнстве, на наш взгляд, прикрывают маркетинговые цели: продвижение определенных товаров и услуг, пиар конкретных персон за счет завуалированной эксплуатации беременных женщин. Об этом в Интернете пишут открыто: «... конкурсы красоты среди беременных – идея очень перспективная. Подобные проекты крайне привлекательны для мужчин, а потому коммерчески прибыльны» [8]. Не случайно, в качестве членов жюри Первого Общегородского Конкурса для будущих мам выступили представители администрации г. Екатеринбурга, учредители и спонсоры конкурса, представители СМИ, а председателем жюри 2006 г. был многодетный отец и популярный медийный персонаж – К. Дзю.

С точки зрения психологических механизмов образ беременности предоставляет неограниченные возможности рекламной манипуляции: «Беременная женщина оказывает особое влияние на противоположный пол, – полагает психотерапевт А. Полев. – Девушка, которая носит под сердцем малыша, как никогда, загадочна и прекрасна. Она светится счастьем. А потому будущая мама способна вызывать у мужчин очень сильные сексуальные эмоции и в то же время пробуждать самые теплые и добрые чувства» [8]. Что и у кого они побуждают, можно узнать на форумах, нам, как уже отмечалось, попались не столько «теплые», сколько «горячие» комментарии, в том числе с ненормативной лексикой. Следует ли на такого рода публику навешивать ярлыки нравственной ущербности и бескультурья? А может быть, сколько не убеждай в красоте и позитивности данного культурного продукта, в итоге оказывается, что «король-то – голый!»? И обозначившиеся на форуме пользователи [4], не отягощенные приличиями и доверием к экспертному мнению, лишь высказали очевидное: свое негативное отношение к происходящему. Вряд ли на та-

кую реакцию рассчитывают участницы и организаторы конкурса...

Организаторы конкурсов «беременной красоты», возможно, хотят следовать рассуждениям древнегреческого философа Платона относительно большого социального потенциала женщины, не сводимого к деторождению, тем более что наши женщины готовы даже в состоянии беременности демонстрировать миру разнообразные способности, доказывая свою самоценность. Но в итоге, получается скорее аристотелевский вариант: если мужчина – разумное существо, т.е. собственно человек, то женщина, общественное дело которой – вынашивать, рожать, вскармливать и воспитывать детей – представляет собой «разновидность человеческой деформации, хоть и постоянно встречающейся в природе» (цитата по [2. С. 5]), и ценность этой «деформации» определяется главным образом степенью «красивости», притягательности для мужчины.

Так возвышает или принижает символы женственности и привлекательности тот образ беременности, который создается современной рекламой? Что пропагандируют конкурсы красоты беременных, спасет ли такая красота мир? Например, в буквальном смысле поднимая рождаемость?

По данному поводу следует в первую очередь говорить о потенциальном вреде здоровью матери и ребенка в силу высокой эмоциональной нагрузки участниц конкурса, но даже уполномоченные лица отмалчиваются на этот счет. В более привычной для культурологических исследований духовной плоскости уместно вспомнить о достоинстве, о женской чести; в рациональной – о женской мудрости и благоразумии, в психофизической – об инстинкте самосохранения, наконец. Параллель этих компонентов женского самосознания или, если следовать понятийной моде, женской идентификации – есть паралич культуры, а конкурсы «беременной красоты» представляют собой очередной симулякр, имитирующий высокие ценности, а на деле обедняющий их содержание, и по-

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

тому не достигающий заявленных позитивных целей социальной рекламы.

Но само появление конкурсов красоты для беременных вполне ожидаемо и закономерно. Оно укладывается в тренд деинтимизации беременности, деинтимизации репродуктивной культуры в целом. В нашем понимании, репродуктивная культура представляет собой динамическую ценностно-нормативную систему, предназначенную для регуляции исторически трансформирующихся репродуктивных потребностей человека и общества за счет амбивалентной направленности сдерживания и реализации способности продолжения рода (подробнее см.: [1]).

Одна из важных характеристик репродуктивной культуры – это интимность (от лат. *intimus* «нижний; самый внутренний; задушевный»), но в современном обществе отчетливо наблюдается тенденция деинтимизации репродукции человека [1. С. 165-168]. Суть обозначенной нами тенденции в том, что зачатие и последующее развитие ребенка до его рождения перестало быть приватным делом («таинством») мужчины и женщины, так как они вынуждены привлекать «третьих лиц», владеющих современными знаниями и технологиями, на стадиях: зачатия (вспомогательные репродуктивные технологии); беременности и родов (сопутствующее медицинское и психологическое сопровождение); грудного вскармливания (консультанты по грудному вскармливанию).

Другая сторона деинтимизации заключается в изменении обыденной нормативности жизнедеятельности беременной женщины, которая не скрывает своего состояния и ведет динамичный образ жизни. Даже в отсутствии вторжения посредников в белых халатах, образ жизни будущих мам сегодня не предполагает интимности, так как современные нормы допускают: активное общение с широким кругом людей; стиль одежды, подчеркивающий особый статус женщины; превращение беременных и младенцев в гламурный объект, обеспечивающий продвижение рекламы широкой группы товаров и услуг; демон-

страцию особой сексуальности тела беременной женщины, наполняющегося силой новой жизни.

Являются ли такие метаморфозы прогрессивными? Традиция временной и относительной социальной изоляции женщин в кругу семьи обладала положительным эффектом, создавая условия для духовной концентрации, сбережения внутренних психосоматических ресурсов, обеспечивающих нормальное протекание репродуктивных процессов.

В современном обществе ожидание и рождение ребенка сопровождается другим стилем поведения, другим вещным окружением. Современная женщина, если и найдет возможность ограничить свою профессиональную деятельность, сознательно сузит круг личного общения, все равно останется опутанной множественными связями с миром, дегармонизирующим ее внутреннее состояние за счет бесконечного информационного потока, изолироваться от которого практически не возможно.

Кроме того, мир, избыточный в своем потреблении, предлагает такие эксклюзивные искушения, что некоторые «безумные мамашки» сдают последние бастионы интимности. В качестве «эксклюзивных искушений» мы обозначили конкурсы красоты среди беременных, а «безумной мамашкой» называла себя посетительница форума, на котором обсуждались условия участия в подобных конкурсах [5], выбор такого ника косвенно свидетельствует о том, что здравый смысл в ее жизни все-таки присутствует.

Образ беременности может усиливать гуманистическую составляющую рекламы или добавлять «перчика», т.е. эпатировать публику, или прагматично продвигать специализированные группы товаров для самих беременных, но может и разрушать идеалы любви, истины, красоты, от чего общество и, прежде всего, его женская половина много теряет. Мы полагаем, что реабилитация сексуальной привлекательности беременной женщины ведет к поражению ее материнской ипостаси.

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

Предел рекламного креатива все равно где-то существует, и конкурс самых красивых (или допустим, ответственных, компетентных) родов пока не возможно себе представить, но и конкурсы беременных два десятилетия назад казались полным «неформатом», а теперь у этого явления складываются свои традиции, есть сопутствующее сопровождение официальных и неформальных структур.

Подводя итоги анализа конкурсов «красоты в положении», мы рассматриваем данное культурное явление как яркий пример тренда деинтимизации репродукции человека, наблюдаемого и в российском обществе. По своей сути подобные шоу представляют собой скрытую и явную рекламу, основанную на гламурно-сексуальной трансляция образа беременности. В отличие от других форм – это интерактивная реклама, реалити-шоу, задей-

ствующая в качестве персонажей беременных женщин, и данный факт в разы увеличивает нравственную ответственность подобной рекламы.

Учитывая все вышесказанное, нам представляется абсурдным попытка позиционирования конкурсов «беременной красоты» в качестве компонента целенаправленной национальной политики, направленной на пропаганду ценностей семьи, материнства, детства. С точки зрения культуролога, это скорее архаизация культуры, возвращение ее к идеалам гипертрофированной телесности в духе первобытной «Венеры Виллендорфской», а не способ повышения культурного уровня населения. Деинтимизация беременности не может привести к достижению социально значимых для государства и общества результатов в виде повышения престижности материнства и повышения рождаемости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беляева М.А. Культура репродуктивного поведения в российской повседневности: монография [Текст] / М.А. Беляева. – Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2011. – 256 с.
2. Брандт Г.А. «Пол», «Человек», «Культура» в истории западноевропейской мысли: открытия XX века / Г.А. Брандт // Человек в мире культуры: региональные культурологические исследования. – 2012. – №1. – С. 4-11. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cultural-research.ru/Brandt.pdf>
3. Дневник беременной Нижегородки. [Электронный ресурс]. URL: <http://progorodnn.ru/newsv2/59008.html>
4. E-1: городской информационный портал [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e1.ru/talk/forum/read.php?f=9&i=5636819&t=5636819>
5. Ека-мама: информационный портал для родителей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eka-mama.ru/forum/part190/topic227410/#postform>.
6. Информационный портал Екатеринбурга, 17 октября 2012 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ekburg.ru/news/2/37826-v-ekaterinburge-sostoitsya-kasting-sedmogo-obshchegorodskogo-konkursa-dlya-budushchikh-mam/>
7. Общегородской конкурс для будущих мам // Информационное агентство «Европейско-Азиатские Новости» 2.10.2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://eanews.ru/news/society/item188364/>
8. Поздняков А. Венера на сносях/ А. Поздняков // Новые Известия. – 4 декабря 2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newizv.ru/society/2006-12-04/59419-venera-na-snosjah.html>
9. Kidsreview.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kidsreview.ru/events/vesennii-parad-krasoty-beremennykh-i-konkurs-krasoty-v-ozhidanii-chuda-2012-v-teatre-restorane-chapl>
10. Rody.ru: все о беременности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rody.ru/news/4/>