



ФОНД ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН - ЕЛБАСЫ

**«ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ
ДАМУ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМНЫҢ ҚАЖЕТТІЛІГІ»
ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ XIII ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ
КОНФЕРЕНЦИЯ МАТЕРИАЛДАРЫ**

**МАТЕРИАЛЫ XIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
«ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ
НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ КАЗАХСТАНЕ»**

**MATERIALS OF THE XIII INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE OF YOUNG SCIENTISTS
«INNOVATIVE DEVELOPMENT AND THE REQUIREMENT
OF SCIENCE IN MODERN KAZAKHSTAN»**

II том

Тараз, 2019

**«ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ
ҒЫЛЫМНЫҢ ҚАЖЕТТІЛІГІ»
ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ XIII ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ
КОНФЕРЕНЦИЯ МАТЕРИАЛДАРЫ**

**МАТЕРИАЛЫ XIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
«ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ
НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ КАЗАХСТАНЕ»**

**MATERIALS OF THE XIII INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE OF YOUNG SCIENTISTS
«INNOVATIVE DEVELOPMENT AND THE REQUIREMENT OF
SCIENCE IN MODERN KAZAKHSTAN»**

II том

Тараз, 2019

УДК 316.04

КРАСОТА, КАПИТАЛ И СОВРЕМЕННАЯ ПОЗИЦИЯ ОЦЕНКИ ВНЕШНОСТИ.**Амантаева Д.Б., Бурханова Д.К., Таукелова Т.Б.***Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы*

Сегодня в казахстанском социуме ярким примером является смена культурно-идеологических интересов, смена идеалов и смена эталонов.

Внешний вид человека связан со статусом в обществе. Красивое телосложение повышает социальную ценность человека. Как много исследований в экономике и психологии, социологии показали, что красивые люди более успешны в социальном и экономическом плане, чем люди со средним или средним уровнем дохода непривлекательная внешность (Hamermesh & Abrevaya, 2013). [1]

Также внешние признаки социального статуса часто воспринимаются как красивые или привлекательные. Например: стройное тело, длинные ноги, упругий бюст, большие глаза, пухлые губы или светящаяся здоровьем кожа, считается красивой. Во всем мире люди пытаются добиться такой престижной внешности с помощью постоянно растущей индустрии красоты и косметики (Jones, 2008; Mears, 2011; Stearns, 2013). [2]

Социологи утверждают, что "эстетический капитал" - статус, производный от красивой внешности, – это форма символического капитала (Anderson, Grunert, Katz, & Lovascio, 2010; Holla & Kuipers, 2015). [3].

В современном социуме внешность играет немаловажную роль в различных сферах. Сегодня клиенты зависят от косметических хирургов, для того чтобы получить желаемую аттрактивную внешность. Большинство женщин Казахстана обращаются за модернизацией внешности в местные клиники эстетической медицины, хотя есть и такие, которые отправляются за помощью пластических хирургов в другие страны, для того чтобы получить желаемое соотношение «Цена-Качество» (Holliday, Bell, Cheung, & Jihyun, 2017) [4].

Стандарты красоты, однако, не являются универсальными даже в рамках одного общества. Исследования, показывающие, что Эротический/эстетический капитал «окупается» обычно и для того чтобы получить определенную выгоду из вашей внешности вам необходимо воплотить правильный «стандарт» красоты. Например, стандарты красоты и идеалы стиля нижнего класса в большей степени имеют большую разницу от преобладающих стилей среднего [5].

Стандарты красоты, предпочитаемые менее влиятельными группами, несут социальную ценность в их собственном окружении, но могут быть неприемлемы в социуме, в целом. Более того, некоторые модные стили являются преднамеренным отрицанием существующих стандартов красоты: субкультурное понятие красоты и привлекательности.

Субкультурные стили, такие как: панк или готика, или тайные и экспериментальные стили «другой моды» предназначены для того, чтобы нравиться только избранной группе из инсайдеров. Поэтому оценка физической красоты – это дело вкуса. Как и другие вкусы, оценка физической красоты требует культурного капитала (Bourdieu, 1984): культурное знание, которое варьируется в зависимости от социального групп и то распределяется неравномерно по всему обществу [6].

Эстетические хирурги как поставщики специализированных медицинских услуг: модернизируют, гибридизируют и модифицируют идеалы красоты от других этнических групп и стран. (Gimlin, 2014) [7].

Используя в своих паттернах культурные влияния со всего мира, эстетические хирурги, поляризуют "Азиатскую модель красоты", «Европейской модели» или «Африканской модели красоты». Базируясь на современные тенденции в индустрии красоты, эстетические хирурги создают моду на определенную «Фэйшн» внешность своих пациентов.

Внешность является колаборацией личного вкуса и оценки физического тела. Интерпретируя и внедряя косметическую хирургию для разных аудиторий, эстетические хирурги выступают в качестве агентов красоты.

Как медицинские и культурные «послы красоты», которые отбирали, оценивали и создавали красивые внешности. Пластические хирурги черпали из общественных масс

стандарты красоты в создании новой моды на внешность в косметической хирургии среди отдельных пациентов. Чтобы остаться в бизнесе, эстетические хирурги, несомненно, зависят от обращения к ним клиентов, выстраивая общие отношения так, чтобы пациенты возвращались для дальнейшего апгрейда и / или рекомендовали хирургов своим родным, друзьям, знакомым и членам семьи.

В социальных сетях, демонстрируется свое проникновение в транснациональные культурные и профессиональные сети, так эстетические хирурги размещают фотографии «до и после» клиентов, новостные статьи о знаменитостях, кинозвездах, прошедших процедуры пластической операции, обучающие видеоролики, а также селфи с коллегами на международных тренингах, семинарах, встречах ассоциации пластической хирургии.

С другой стороны, клиенты (заказчики определенной внешности) приносят на консультации изображения, фотографии со всего мира, чтобы продемонстрировать свой предпочтительный идеал красоты и свои желания в будущей внешности.

Косметические хирурги во время консультаций рекомендуют свое профессиональное, эстетическое и медицинское мнение о том, является ли желаемая внешность идеальной и будет ли физически и социально соответствовать данному пациенту.

Однако, в отличие от большинства представителей индустрии красоты, пластические хирурги являются одновременно и «дегустаторами и культурными продюсерами». Эстетические хирурги не просто выполняют любую просьбу, а избирательно разрабатывают образы из числа множества идеалов красоты, принесенными клиентами. Так функция «дегустации» позволила хирургам поддерживать последовательный эстетический бренд, который информирует о своих культурных предпочтениях и эстетических вкусах.

Сегодня, процесс конструирования, философия видения на тела клиентов эстетической хирургии можно считать культурным производством.

Физический внешний вид – который включает в себя как и телосложение человека, так и то, как он одет - является центральным как мы судим людей не только с точки зрения эротического капитала, но и социального объекта. Непривлекательная внешность несет в себе сильные социальные и моральные коннотации (смыслы). Различия и оценка внешнего облика может иметь реальные социальные последствия. Этот подход основывается на социологии вкуса, различения и символических границ. В начале XXI века, социальные различия становятся все более сложными. Классовые разделения смещаются, как и подавляющее большинство людей в мировом социуме. Предпочтения человека к физической красоте служат средством различия себя; и критерием по которому можно судить о других. В разных странах люди из высшего класса склонны выносить эстетические суждения на основе дистанцированного подхода, эстетического расположения, в то время как люди низшего класса обычно основывают свои оценки на популярной эстетике, которая привилегирует прямые, чувственные формы наслаждения. Эта эстетическая предрасположенность все больше и больше проявляется вне сферы высокой культуры, например, в сознательном потреблении "правильной" массовой культуры (Friedman & Kuipers, 2013; Lizardo, 2008; Prieur & Savage, 2013) [8].

Является ли красивая внешность в казахстанском обществе сегодня синонимом успешности?

По данным опроса проведенного в городе Алматы в период июнь-август 2019 года авторами статьи, внешность играет важную роль в жизни современного человека.

Так на вопрос «Какую роль играет внешность человека при первом знакомстве?» 61% респондентов ответили, что внешность играет большую роль о первом впечатлении, 11% затруднились с ответом, 28% ответили, что внешность при первой встрече для них не имеет особого значения.

По мнению большинства респондентов, окружающие их в повседневной жизни, в общественных местах, являются людьми с обычной, среднестатистической внешностью. Треть опрошенных респондентов выделили, что их окружают в большинстве своем привлекательные и красивые люди, и всего 11% респондентов ответили, что их окружение составляют в основном непривлекательные люди.

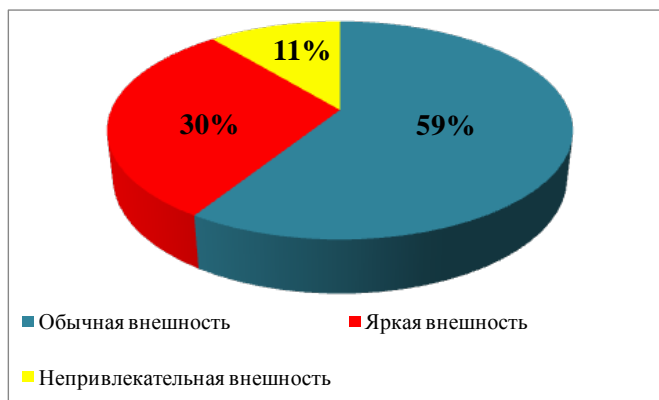


Рис.1. «Люди с какой внешностью, по-вашему, мнению окружают Вас в повседневной жизни?»

В ходе пилотного опроса респондентам был задан вопрос: «Как Вы считаете, женщине с красивой, привлекательной внешностью живется легче, тяжелее или так же, как женщине, не обладающей такой внешностью?»

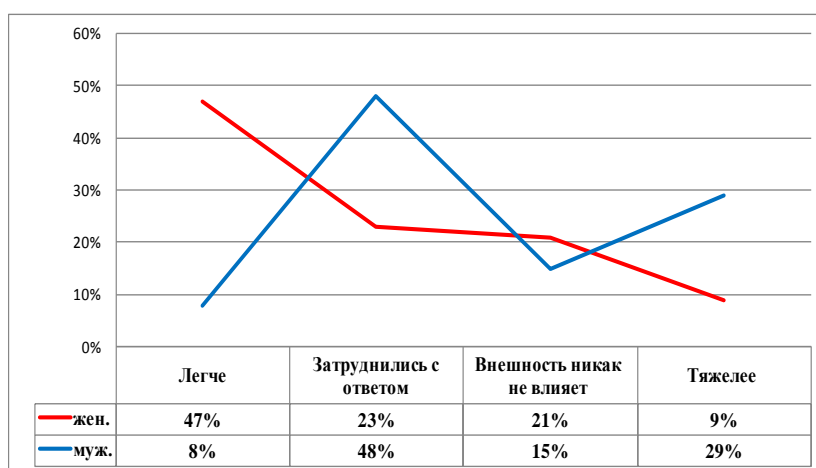


Рис. 2. «Влияет ли внешность на жизнь женщины и мужчины в повседневной жизни».

Так, большинство респондентов отметили, что с привлекательной внешностью жизнь женщины становится легче, тогда как в отношении мужчин всего -8%.

21% респондентов посчитали, что привлекательная внешность никак не влияет на повседневную жизнь женщин, в отношении мужчин-15%.

Более половины опрошенных респондентов ответили, что привлекательная внешностью важнее для женщин, чем для мужчин - 57%.

Чуть менее оказалось и тех респондентов кто выделил, аттрактивность важна для обоих полов – 39 процентов. Необходимо отметить ни один из участников пилотного опроса не отметил, что яркая, красивая внешность более важна для мужчин, чем для женщин.

Когда дело доходит до личного и профессионального успеха, более аттрактивные привлекательные люди имеют явное преимущество перед менее привлекательными людьми (Hamermesh, 2011) [9]. Более привлекательные люди, как правило, имеют более привлекательных супругов (Feingold, 1988) [10].

Исследования показывают, что окружающие люди присваивают привлекательному человеку ряд (не связанных между собой) положительных качеств так, обычный респондент, считает более привлекательную личность как более умную, более общительную и психически здоровой (Dion et al.,

1972; Eagly et al., 1991; Feingold, 1992; Langlois et al., 2000) [11]. Окружающий мир, стереотипы приносят пользу более красивым людям, помогая им достичь относительно более благоприятных результатов.

Amanbekova N.YE. USE OF MULTIMEDIA TECHNOLOGIES IN TEACHING FOREIGN LANGAUAAGES FOR THE DEVOLPMENT OF INTERACTIVE FORM OF LEARNING	148
Амантаева Д.Б., Бурханова Д.К., Тауекелова Т.Б. КРАСОТА, КАПИТАЛ И СОВРЕМЕННАЯ ПОЗИЦИЯ ОЦЕНКИ ВНЕШНОСТИ	151
Amirgaliyeva Z.M. MODERN TEACHING METHODS OF FORMING THE LINGUISTIC COMPETENCE OF HEARING-IMPAIRED STUDENTS THE INCLUSIVE ENGLISH LESSONS	154
Арстанова А.О. ЭМОЦИОНАЛДЫ КҮЙШ КЕТУДІ ҚАЛАЙ ЖЕҢУГЕ БОЛАДЫ?	157
Асанбаева Е.Б. ТІЛДІК ПӘНДЕРДІ ОҚЫТУДА КИНОФИЛЬМДЕРДІ ҚОЛДАНУДЫҢ ТИІМДІЛІГІ	159
Ахметова Г.Ж., Садвакасова Ж.Қ. КӘМЕЛЕТКЕ ТОЛМАҒАНДАРДЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ ТӘРБИЕЛЕУДІҢ – ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ	161
Ахметова Э.К., Алметов Н.Ш. ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА	164
Ахметшина З.Р. ИМПРОВИЗАЦИЯ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ И ВОСПИТАНИЯ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ У СТУДЕНТОВ	166
Байденов Ж.М. 5-6 ЖАС АРАЛЫҒЫНДАҒЫ БАЛАЛАРДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК ҚҰЗЫРЕТТІЛІГІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ МОДЕЛІ	169
Bakkozhaev A. COOPERATION AS A METHOD OF INCREASING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF PEASANT (FARM) FARMS	172
Бауржан М.Б., Абзалиев К.Б. ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ДИАГНОСТИКИ ПЕРИПАРТАЛЬНОЙ КАРДИОМИОПАТИИ	176
Бегимжанова И.М. I. ЖАНСҮГІРОВТІҢ «ҚҰЛАГЕР» ПОЭМАСЫНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК-ҚОҒАМДЫҚ МӘСЕЛЕЛЕР	178
Букешова С.С., Керимбаева Р.К. МЕКТЕП ЖАСЫНА ДЕЙІНГІ БАЛАЛАРДЫ ГАДЖЕТТЕРДЕН АЛШАҚТАТУДА АСЫҚ ТЕРАПИЯСЫН ПАЙДАЛАНУ	179
Болат А.Б., Садвакасова Ж.Қ. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ АҚША ЖҮЙЕСІНІҢ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚҰҚЫҚТЫҚ НЕГІЗДЕРІ	181
Бұлхайрова Ж.С. РОЛЬ МОЛОДЕЖИ В РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА	184
Ворошилова Н.В., Абдурахманов Р.М. ОБ ЭТИЧЕСКИХ НАРУШЕНИЯХ В НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ И ИХ ПОСЛЕДСТВИЯХ	187
Ворошилова Н.В., Мирзатиллаев Х.У. АНАЛИЗ НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ПРОСТУПКОВ ПУБЛИКАЦИОННОЙ ЭТИКИ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИХ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ	189
Габдуллин Р.Б. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ: ЗНАЧЕНИЕ, МЕСТО И РОЛЬ	190