

Индустрия моды меняется лишь внешне: исследование показало устойчивость старых стандартов красоты



Дата публикации: 23.05.2026

За последние десятилетия индустрия моды активно продвигала идеи разнообразия, инклюзивности и расширения представления различных типов внешности. На подиумах и в рекламных кампаниях стало заметно больше моделей разных национальностей, возрастов и комплекций. Однако новое масштабное исследование показывает, что за внешними изменениями ключевой эстетический стандарт индустрии остается удивительно стабильным.

Международная группа исследователей проанализировала почти 800 тысяч изображений из мира моды, опубликованных в период с 2000 по 2024 год. Работа охватила показы мод, рекламные кампании, редакционные съемки и обложки журналов. Результаты исследования опубликованы в журнале *Proceedings of the National Academy of Sciences* и уже вызвали широкое обсуждение среди специалистов по культуре, психологии и медиа.

Авторы исследования использовали современные методы компьютерного

зрения, сетевого анализа и статистического моделирования, чтобы проследить, как менялись стандарты женской внешности в индустрии моды на протяжении последних 25 лет.

На первый взгляд результаты выглядят позитивно. Разнообразие действительно увеличилось. На модных фотографиях стало больше моделей не белой расы, а также женщин с различными типами фигуры.

Однако более глубокий анализ выявил важный парадокс: средний или «центральный» тип женского тела практически не изменился.

Иными словами, индустрия стала более разнообразной не за счет смещения основной нормы, а за счет включения сравнительно небольшого числа моделей с отличающейся внешностью на периферии общей системы.

Исследователи подчеркивают, что основная эстетическая модель, доминирующая в fashion-индустрии, остается крайне устойчивой. Большинство наиболее востребованных моделей по-прежнему соответствуют очень узким параметрам стройности и телосложения.

Особенно интересным оказался анализ plus-size сегмента. Несмотря на рост популярности body positivity и расширение представительства моделей больших размеров, исследование показало, что даже plus-size модели в среднем остаются значительно стройнее, чем среднестатистические женщины в реальной популяции.

Для сравнения исследователи сопоставили данные о моделях с результатами масштабного американского медицинского исследования NHANES, изучающего параметры здоровья населения США.

Контраст оказался весьма заметным. Даже модели, официально относящиеся к категории plus-size, по своим параметрам чаще ближе к среднестатистической женщине, чем к реальному ожирению или полноте, характерным для значительной части населения.

Это показывает, насколько сильно модная индустрия продолжает смещать представление о «нормальном» теле в сторону крайне узких стандартов.

Авторы исследования обращают внимание, что подобные идеалы уже много лет связываются психологами с ростом неудовлетворенности собственным телом, расстройствами пищевого поведения, тревожностью и депрессией.

Особенно сильное влияние подобные стандарты оказывают на подростков и молодых женщин, активно потребляющих визуальный контент социальных сетей, рекламы и fashion-индустрии.

Многочисленные исследования показывают, что постоянное воздействие крайне узких стандартов красоты способно формировать искаженное восприятие собственного тела даже у людей с нормальным весом.

Отдельное внимание в исследовании уделялось расовому разнообразию. За последние годы представленность моделей не белой расы действительно значительно выросла. Если в начале 2010-х их доля составляла около 13%, то сегодня она превышает 40%.

Однако исследователи обнаружили еще одну интересную закономерность. Модели plus-size примерно в 4,5 раза чаще оказывались не белой расы.

Это означает, что различные формы «разнообразия» концентрируются на одной и той же группе людей. Проще говоря, индустрия одновременно использует одних и тех же моделей для демонстрации расового и телесного разнообразия.

Авторы работы называют это своеобразным «бременем представительства». Вместо равномерного расширения стандартов индустрия создает ограниченную группу моделей, на которых сосредотачиваются сразу несколько признаков отличия от традиционной нормы.

В результате система внешне выглядит более инклюзивной, однако базовые эстетические ориентиры практически не меняются.

Интересные различия обнаружились и между различными уровнями модной индустрии. Исследователи построили своеобразную иерархию брендов и журналов на основе анализа сотрудничества с моделями и статуса fashion-компаний.

Выяснилось, что бренды высокого престижа демонстрируют одновременно две крайности: именно у них чаще всего появляются как очень худые модели, так и наиболее выраженные plus-size модели.

Это создает эффект визуального разнообразия, однако при этом центральная эстетическая норма все равно остается крайне узкой.

Работа также затронула тему регулирования модной индустрии. За последние годы несколько европейских стран пытались ограничить использование чрезмерно худых моделей на законодательном уровне.

Особый интерес вызвало сравнение двух подходов: жесткого регулирования в Милане и более мягкой системы контроля во Франции.

В Милане был введен конкретный минимальный порог индекса массы тела

для моделей. После этого исследователи действительно зафиксировали заметное снижение количества крайне худых моделей на показах.

Во Франции регулирование оказалось менее строгим и основывалось преимущественно на медицинских справках. В этом случае выраженного эффекта обнаружено не было.

Хотя исследование не утверждает прямую причинно-следственную связь, результаты показывают, что форма регулирования может существенно влиять на визуальные стандарты индустрии.

Современная fashion-культура сегодня находится в сложном положении. С одной стороны, общество требует большей инклюзивности и реалистичного представления человеческого тела. С другой — индустрия моды исторически построена на создании идеализированных образов и визуальной исключительности.

Авторы исследования подчеркивают, что проблема не ограничивается только эстетикой. Стандарты красоты оказывают реальное влияние на здоровье общества, особенно на психическое состояние молодежи.

Социальные сети дополнительно усиливают эффект. Если раньше модные стандарты транслировались преимущественно через журналы и телевидение, то сегодня изображения моделей присутствуют в цифровом пространстве практически непрерывно.

Алгоритмы платформ также способствуют распространению наиболее визуально «идеализированного» контента, усиливая давление на восприятие собственного тела.

Исследование показывает, что реальное изменение культурных норм требует не только символического разнообразия, но и пересмотра самого центра эстетических стандартов.

Пока же индустрия моды, несмотря на заметные изменения во внешнем представлении, во многом продолжает сохранять прежние представления о том, какое тело считается «идеальным» и наиболее желательным.

Ссылка: «Культурная эволюция стандартов красоты» DOI: [10.1073/pnas.2602380123](https://doi.org/10.1073/pnas.2602380123).