

<http://doi.org/10.31861/pytlit2022.106.130>

УДК 821.111(73)

ІНДУСТРІЯ ТА РАСОВІЗАЦІЯ КРАСИ У РОМАНІ ЧІМАМАНДИ НГОЗІ ЕДІЧІ „АМЕРИКАНА”

Світлана Олександрівна Чернишова

orcid.org/0000-0003-0284-2001

sveta.chernyshova@gmail.com

Кандидатка філологічних наук, доцентка, докторантка

Кафедра теорії та історії світової літератури

Київський національний лінгвістичний університет

Вул. Велика Васильківська, 73, 03150, м. Київ, Україна

Анотація. Проаналізовано особливості індустрії краси в романі нігерійсько-американської письменниці Ч. Н. Едічі „Американа”. Здійснено критичний аналіз взаємозв’язку між стандартами краси і їхньою расовізацією. До уваги взято дослідження, де теоретично осмислюється сучасна індустрія зовнішнього вигляду, яка спрямована на просування норм та ідеалів, сформульованих на основі уявлень про красу білого тіла. Засновковим є твердження про те, що будь-який стандарт – не нейтральне поняття, а вплетений у структуру владних відносин і визначається тими, хто становить панівну більшість у суспільстві. У романі „Американа” зміна зовнішнього вигляду головної героїні спричинена її залежністю від доміантних уявлень. Упродовж твору персонажі, які емігрували до США або Великої Британії, стикаються з проблемою расових стереотипів. Вони намагаються змінити свій зовнішній вигляд, щоб отримати краще місце праці або щоб не привертати увагу до себе. Наприкінці твору повернення головної героїні до свого стилю зачіски сигналізує про її відмову слідувати індустрії та расовим стереотипам. У результаті дослідження зроблено висновок, що індустрія краси сприяє формуванню комплексу меншовартості у тих іммігрантів, які позначені як расово Інші. Використано герменевтичний, порівняльно-типологічний методи, концептуально-образний аналіз і метод прискіпливого читання.

Ключові слова: стандарт краси; раса; індустрія; роман „Американа”; тілесність.

Стандарт краси продовжує функціонувати в сучасних суспільствах як одна зі структур расизму й імміграційного расизму зокрема. Загалом будь-який стандарт не є поняттям нейтральним, а вплетений у природу владних відносин і визначається тими, хто становить панівну більшість у суспільстві. Стефан Тіммерманз та Стівен Епштейн зазначають: „Кожен стандарт обов’язково надає перевагу окремим цінностям, речам чи людям над іншими. І таке розрізнення може бути використано як засіб ексклюзії” (Timmermans and Epstein 2010: с. 83). Саме страх бути невизнаним у суспільстві або вигнаним із нього спонукає індивідуумів дотримуватися стандартів і відповідати їм. Нормалізація людського тіла, чи, кажучи словами М. Фуко, „біополітика”, забезпечують функціонування норми та її дисциплінарної влади. Західні стандарти краси, під впливом яких перебувають іммігранти, здебільшого мають основою європейські уявлення про привабливість. Як наголошують Сьюзен Браєнт (Bryant 2013) та Синтія Фрізбі (Frisby 2006), білий колір шкіри асоціюється з привабливістю і вродою. Своєю чергою Синтія Робінсон-Мур (Robinson-Moore 2008) підтверджує, що європейські норми краси засвоєні, визнані і прийняті людьми з темною шкірою. Це спричинює в їхній свідомості відчуття меншовартості, заниженої самооцінки і навіть зменшує шанси отримати престижну роботу. На основі проведених опитувань Маргарет Хантер (Hunter 2007) дійшла висновку, що людей зі світлою шкірою швидше візьмуть на роботу, ніж із чорною. Це саме стосується і шлюбів. Зі свого боку дослідники того, що називається „білими студіями” (Dyer 1997; Phoenix 1996; Frankenberg 1994), наголошують, що білі люди сприймають білу ідентичність не як расову, а як універсальну. Цей факт також посилює стереотипізацію стандартів краси. Рут Франкенберг у праці „Білі жінки, расові справи: соціальне конструювання білої ідентичності” (Frankenberg 1994) наголошує на трьох вагомих складових білої раси: перше, вона є місцем оприявлення структурної переваги та расового привілею; друге, білошкірість – це точка відліку, з якої білі люди дивляться на себе, на інших і на суспільство загалом, і третє, вона стосується набору культурних практик, що переважно залишаються неназваними і невизначеними (дет. див.: Frankenberg 1994: с. 1). Звідси, продовжує далі Р. Франкенберг, потрібно визнати білошкірість як

расову категорію, що знаходиться на тому ж рівні, що й чорношкірість. Таким способом можна уникнути пріоритетності та ієрархічності, а також нормативності білого фенотипу. Саме нормативність білого стандарту спричинює психологічний дискомфорт та відчуженість тих, хто до нього не належить.

Визнання білого фенотипу (whiteness) як універсального, зокрема в індустрії моди та краси, призводить до надприбутків різноманітних фармацевтичних і косметичних компаній. Як підсумовує Джефрі Джонз, уже у 1960-х роках креми для шкіри з вибілювальним ефектом стали головним продуктом індустрії краси (Jones 2008). Линн Томас при аналізі обсягів виробництва кремів для відбілювання шкіри стверджує, що до 2024 року косметичні компанії сподіваються продати в Азії, Америках, Африці та Європі цих товарів на суму 32.2 мільйона доларів США (Thomas 2020: с. 1). Причому, зазначає далі дослідниця, до відбілювання шкіри вдаються усі: від голлівудських і боллівудських зірок до знедолених, які живуть у занапашених районах. Попри застереження про токсичність цих кремів, люди продовжують їх використовувати, бо перебувають у полоні сформованих ще за часів колоніалізму й імперіалізму расистських стереотипів про непривабливість і потворність чорної шкіри. Прибутковість цієї індустрії породжує питання про наявність протистояння між „самовираженням та суспільним контролем, між вільним вибором та фальшивою свідомістю, політикою та естетикою” (Thomas 2020: с. 3).

Джефрі Джонз також акцентує, що незважаючи на те, що глобалізація індустрії краси із середини минулого століття була змушена враховувати етнічні чи расові особливості і вподобання, загалом вона просувала усталені образи.

Окремі ідеали, наприклад ті, що стосувалися жінок, набули світових масштабів. Серед іншого це дезодоранти для тіла, білі природні зуби, тонка талія, світла шкіра та заокруглена форма очей. Виробники косметики разом із конкурсами краси, журналами моди та Голлівудом надали змісту цьому процесу. З погляду історії корпоративні стратегії долучилися до звуження різноманітності світових ідеалів краси і водночас до розробки продуктів, які надихали покупців купувати доступні продукти преміум класу (Jones 2008: с. 151).

Отже, індустрія краси спричинила спрощення і нівеляцію політики різноманітності, що стала лозунгом багатьох демократій світу. Привабливість білого стандарту зовнішності настільки розрекламована і розкручена, що часто її навіть пов'язують із позитивними рисами характеру: добротою, чуйністю, дружелюбністю та іншими (дет. див.: Dion et al. 1972; Eagly, Ashmore, Makhijani and Longo 1991; Feingold 1992). Соціальні конструкти краси формують у жінок розуміння самої краси.

Відсутність позитивних рекламних та медійних образів небілих людей спричинює бажання темношкірих змінити себе, а також принижує їхню гідність та самооцінку. Традиційно у будь-якому суспільстві індивідуум завжди порівнював себе зі значимим Іншим. Проте у сучасну епоху соціальних медій та реклами порівняння відбувається радше не з фізичним Іншим, а з симулякрами, створеними індустрією краси. Крім того, індивідуальна ідентифікація прямо пов'язана з колективною. Якщо людина належить до колективності, що зневажається домінантною групою, то, відповідно, індивідуальна самість буде угрунтована на заниженій самооцінці. Стандарти щодо краси актуальні не лише для расових відносин, але й для контексту міграції. Іммігрантські колективності традиційно сприймалися у негативному контексті, як ті, що загрожують гомогенності країни поселення, тому новоприбульці мають низьку самооцінку і намагаються якнайшвидше стерти з себе ознаки інакшості. Вони придивляються до одягу та стилю місцевих жителів і наслідують їх. Лише поодинокі мають достатньо упевненості, щоб дотримуватися своїх стандартів.

Більшість іммігрантів із готовністю позбуваються зовнішніх маркерів чужинців. Зокрема, приїжджі дівчата з африканських країн вирівнюють волосся, щоб продемонструвати свою згоду злитися з більшістю і відмовитися від минулої ідентичності. У сучасних романах про міграцію (Ібі Зобой „Американська вулиця”, Ч. Н. Едічі „Американа”, Д. Наєрі „Прихисток” та ін.) змальовано вплив глобалізації на індустрію краси. Сьогодні стандарти тіла і зовнішнього вигляду поширюються із шаленою швидкістю по усіх країнах світу. Соціальні мережі стали локомотивами у просуванні конкретних образів, зокрема жіночих.

Турбота про тіло, його відповідність нормам, уникання ознак старіння прирівнюється сьогодні до суспільно відповідальної позиції (дет. див.: Jones 2004). Дж. Джонз пише, що в сучасному світі прискіпливість до „відповідності жіночого тіла загальноприйнятим формам” (Jones 2004: с. 528) набула тотального характеру. Від жінок очікують дотримання дієт, фарбування волосся, виконання косметичних процедур зі шкірою обличчя і так далі. В іншому разі, як стверджує Дж. Джонз, вони зазнають зневажливого або упередженого ставлення. Так само Линн Томас (Thomas 2020) підсумовує, що „від носіння корсетів та фарбування волосся до засмаги та пластичної хірургії людське тіло упродовж історії намагалися привести у відповідність із суспільними очікуваннями” (Thomas 2020: с. 1).

У художніх текстах, де змальовано процес адаптації іммігрантів до реалій країни поселення, стандарти краси і тілесності посідають вагоме місце. Споконвічне прагнення чужинців злитися з домінантною групою спричинює раптове наслідування стилю та поведінки. Оскільки нові поселенці прибувають головно з економічно відсталих (якщо йдеться про економічну міграцію) або з політично нестабільних країн (якщо йдеться про політичну міграцію), то „структура їхнього відчуття” (Р. Вільямз) визначається знедоленістю, приниженням і низькою самооцінкою. Вони почуваються нещасними прохачами кращої долі у чужому краї. Звідси надзвичайна чутливість не лише до реакцій місцевого населення, а й намагання продемонструвати готовність дотримуватися правил і принципів країни поселення. Уважність чужинця до поведінкових кодів нового середовища та його готовність наслідувати їх проявляється у відмові від попередніх культурних моделей.

Дослідники роману Ч. Н. Едічі „Американа” (2013) звертали увагу на концепти краси, що змальовані у ньому. Так, Джулі Іромуанья (Iromuanya 2018) вважає, що однією із центральних проблем твору є тема відродження природного волосся. Як стверджує науковиця, рух за природне волосся набув популярності після американського документального фільму 2009 року „Гарне волосся”, де утверджується позиція щодо краси кучерявого волосся представників чорношкірої раси. Загалом треба зауважити, що

волосся у контексті афро-американської культури було і залишається не лише способом заперечення чи утвердження расової ідентичності, а й шляхом до матеріального збагачення. На початку минулого століття мадам Сі Джей Вокер заробила свій статок на тому, що допомагала чорношкірим жінкам вирівнювати волосся. У 2008 році, тобто майже через століття по тому, популярність африканських косичок спричинила процвітання перукарських салонів, власниками яких є переважно чорношкірі іммігрантки. Адія Вінгфілд (Wingfield 2008) зазначає: „У мегаполісах чорношкірі жінки, які володіють салонами краси, з легкістю заробляють шестизначні зарплати. У звичайних містах їхній заробіток дорівнює зарплатам професій білих комірців” (Wingfield 2008: с. xviii). Монетизація краси набуває особливого значення у расово-маркованих спільнотах, коли представниці упослідженої групи прагнуть або позбутися ознак раси, або ж, навпаки, їх продемонструвати.

Мета статті – проаналізувати динаміку індустрії краси та залежність расово-маркованих іммігрантів від її стандартів у романі Ч. Е. Едічі „Американка”.

Символічно, що головна героїня роману Ч. Н. Едічі, Іфемелу, змінює свій стиль зачіски відповідно до змін її ідентичності. Перша трансформація відбувається, коли нігерійка іде влаштовуватися на престижну роботу. Подружка радить Іфемелу випрямити волосся перед тим, як іти на інтерв'ю. Магазили пропонують безліч товарів, які допоможуть перетворити кучеряве волосся на рівне. Індустрія краси процвітає, бо використовує стереотипні уявлення про зовнішній вигляд на свою користь. Тож Іфемелу вирішує придбати розрівнювач волосся:

Засоби для випрямлення волосся лежали рядами на полицях у відділі „етнічне волосся”. Обличчя чорношкірих жінок сяяли посмішками, а їхнє волосся було неймовірно рівеньким і блискучим. Знизу на баночках слова „природний” чи „алоє” обіцяли бережливе і ніжне розрівнювання (Adichie 2013: с. 250).

Після невдалих експериментів удома Іфемелу нарешті приходиться у салон, щоб отримати волосся, як у білих красунь. Перукарниця нещадно руйнує її природне волосся, щоб зрештою зробити його

слухняним і рівненьким.

У романі розгорнута критика білого стандарту краси та шляхів його поширення. Особливий акцент зроблено на рекламній індустрії. Так, одного ранку, коли хлопець Іфемелу зауважив, що вона читає журнали, де лише чорношкірі моделі, подруга повела його у книгарню і змусила переглянути всі модні видання. У результаті їхнього походу дівчина роздратовано скаржиться:

Отож всього лише три жінки чорного кольору шкіри на більш ніж дві тисячі сторінках жіночих журналів, крім того, вони не зовсім і чорні, а радше метиски чи расово неоднозначні, тобто це можуть бути й індіанки, і пуерто-риканки, чи ще якісь. Жодна з них не чорна. Жодна з них не виглядає, як я. Мені складно обрати відтінок тонального крему... Тут розповідається про різні засоби для волосся для *усіх* (курсив авт. – С. Ч.) – і усі тут мається на увазі блондинки, брюнетки та руді. Але я не належу до жодних. Далі йдуть кондиціонери – для прямого, хвилястого, кучерявого волосся. А де ж для такого позакручуваного, як у мене? (Adichie 2103: с. 365).

Крок за кроком Іфемелу аналізує кожен рекламний продукт індустрії краси, щоб продемонструвати, що насправді її фізичні характеристики відсутні при описі їхньої чарівної сили. Відтак дівчина доводить, що стандарти краси і образи, які формує реклама, не апелюють до представників її раси. Крім того, щоденний їхній вплив на чорношкірих жінок змушує їх почуватися дивними або просто відсутніми.

Залежність Іфемелу від переконань у тому, що зовнішній вигляд як у білих – запорука успіху, закорінений ще з дитинства у Нігерії. Відтоді у неї залишилися шрами після опіків від розпеченого на вогні гребінця, яким тітка розчісувала їй волосся. Мігранти привозять із собою уявлення про життя у країні поселення і намагаються дотримуватися їх. Хоча часто це всього лише сформовані стереотипи. Такі уявлення підсилюються відомими людьми. Наприклад, у своєму блогі Іфемелу роздумує про Мішель Обаму, яка ніколи не відважується показати структуру свого справжнього волосся. Волосся насправді є метафорою чорношкірої раси, але зрідка жінки наважуються демонструвати його природну красу, бо це „непрофесійно, нерозважливо

і, нарешті, ненормально” (Adichie 2013: с. 367).

З іншого боку, часто у художніх текстах про міграцію наявне і розчарування з боку місцевих мешканців, коли іммігранти вирішують змінити свою зовнішність. Часто це пов'язано з втратою певного шарму відмінності, якого потребують суспільства. Сьогочасна ситуація у багатих західних націях-державих, коли їхнє формування завершене і загрози колективній ідентичності нема, відмінність чужинця уже не загрозна, а така, що надає розмаїтості спільноті. З цих причин бажання новоприбульців уподібнитися до більшості сприймається з обережністю, навіть з осудом або іронією.

Коли Іфемелу повертається з випрямленим волоссям і попеченою шкірою, її білий хлопець Курт здивовано запитує, чому вона відмовилася від косичок. Для нього приваблива й цікава її природна сутність, не змінена на догоду якимсь надуманим стандартам. На це дівчина відповідає:

Моє природне волосся підійшло б, якщо б я хотіла стати співачкою у джазовій групі, але я мушу виглядати професійною під час цього інтерв'ю, а професійно у цьому випадку означає пряме волосся, або якщо вже кучеряве, то таке, як у білих, легкі кучері чи навіть спіральні, але точно не позакручувані, як у мене (Adichie 2013: с. 252).

Згодом, коли Іфемелу звільнялася з місця праці, афро-американка запитала її, чи це пов'язано із зачіскою. На той час дівчина вже повернулася до свого африканського волосся.

Зміна зачіски – це також зміна ідентичності, яку переживає Іфемелу після приїзду до США. Мігранти часто змушені відмовлятися від своїх звичок, поведінки, кулінарних смаків або стилю одягу, щоб відповідати доміантній культурі. Такі заперечення свого досвіду викликають жаль і спустошеність. Після процедури вирівнювання волосся нігерійка почувається нещасною:

Вона не впізнала себе. Вона покинула салон майже зі слізьми; коли перукарниця розпрасувала кінці, то запах спалення чогось органічного, яке помирало, але не повинно було померти, викликало у неї відчуття втрати (Adichie 2013: с. 251).

Відмова від колишньої ідентичності стає вимогою успішної адаптації у новому середовищі. Іммігранти змушені змінюватися, щоб досягти успіху в країні поселення. Спочатку це викликає у них жаль, але поступово вони долають свою прив'язку до покинутого краю, що сублімується у відчуття меланхолії. В одному з дописів у блозі Іфемелу натякає, що насправді у своєму прагненні виглядати як білі інші раси сподіваються на те, що вони в такий спосіб отримають доступ до тих самих можливостей і привілеїв, що й домінуюча група.

Повернення Іфемелу до афростилу, до заплітання косичок і невіривняного волосся координує з її поверненням назад до африканської самості. Після довгих і складних пошуків себе у чужій їй країні вона розуміє, що основа її успішного майбутнього – визнання того минулого, якого вона соромилася. Причому соромилася його не тому, що воно вартувало сорому, а тому, що такі стереотипи щодо нього. У популярній культурі й побуті все, пов'язане з Африкою, принижувалося, одивнювалося або ж було відсутнє. У блозі Іфемелу пише:

Знаєте, в американській популярній культурі вродливі чорні жінки невидимі... У фільмах чорні жінки – переважно товсті гарненькі мамусі або ж сильні, зухвалі, небезпечні персонажі... Але точно ви не побачите їх як жаданих, вродливих і так далі (Adichie 2013: с. 265–266).

Ці поширені непривабливі образи чорношкірих жінок і провокують інших відмежуватися від них серед іншого і з допомогою індустрії краси.

Прикметно, що роман Ч. Н. Едічі розпочинається з моменту, коли Іфемелу приходиться у перукарській салон, щоб заплести африканські косички. За довгий шестигодинний час плетіння волосся вона роздумує про своє життя від шкільних років у Нігерії до переїзду і становлення у США. Заплітання стає ініціацією героїні та процесом рефлексивного аналізу, коли вона осмислює своє розчарування Новим Світом, що зрештою спонукає її повернутися назад на батьківщину. Заплітання косичок – це символічний акт утвердження та оприсутнення нової ідентичності, що протистоїть західним стандартам краси. Цей момент самоствердження

протиставляється попередньому моменту втрати, коли на початку роману Іфемелу внаслідок хімічних експериментів із вирівнювання волосся змушена зістригти його до самих коренів.

Треба відзначити слушну позицію Джулі Іромуаньї (Iromuanya 2018) щодо естетики волосся в романі. Дослідниця акцентує, що якщо Іфемелу як успішна і освічена громадянка США може відкрито декларувати своє африканське походження через зачіску, то для бідної чорношкірої перукарниці з салону „Африканські косички” способом просування африканської естетики та краси є власне майстерне заплітання. „В індустрії краси ці жінки (бідні працівниці перукарень. – С. Ч.) по-іншому прилаштовуються, змінюють, перепрофільовують і бунтують; вони стратегічно використовують популярні уявлення про красу на свою користь” (Iromuanya 2018: 165). Йдеться про те, що чорношкірі жінки використовують переутвердження стандартів краси, у цьому випадку популярність африканських косичок, для того, щоб отримати економічний зиск. У ширшому плані розповсюдження моди на африканські зачіски засвідчує те, що культура африканського континенту набуває транснаціонального характеру. З іншого боку, маємо підстави говорити про культурну апропріацію спадщини чорношкірих задля економічного збагачення. У цьому контексті варто зробити розмежування між культурною апропріацією та культурним обміном. Анна Голмз пише:

Апропріації – це свідчення невігластва і агресії, коли об’єкти, ідеї, досвід чи точки зору не стільки досліджуються, як експлуатуються і використовуються. Натомість під обмінами мають на увазі певний жест щедрості, відкритості до дискусії та готовності до взаємності... серед усього іншого під обміном розуміють вилучення суперечливих моментів (Holmes 2017).

Суголосно Річард Роджерз у статті „Від культурного обміну до транскультурності: перегляд і переосмислення культурної апропріації” стверджує, що культурна апропріація відбувається тоді, коли представники домінантної групи „використовують культурні символи, артефакти, жанри, ритуали чи технології іншої культурної групи” (Rogers 2006: с. 478–491). Якщо культурний

обмін можливий за рівноправного становища культурних груп, то культурна апропріація відбувається за умов домінування однієї спільноти над іншою.

Треба також зауважити, що досить часто у сучасних міграційних романах, після процесу наслідування стандартів краси та одягу домінантної групи, колишні іммігранти повертаються до колишнього зовнішнього вигляду або, принаймні, не намагаються змінити себе на догоду більшості. Таке повернення назад сигналізує про поцінування, перевинайдення та ресигніфікацію того минулого, яке спочатку провокувало в чужинця відчуття сорому.

Стандарти краси та індустрія, що з ними пов'язана, набувають особливої риторики у міграційних романах. Адже переселенці намагаються наслідувати норми нової країни, щоб не відрізнятись від більшості. Проте у випадку з расовізованою міграцією, коли певні фізичні і біологічні характеристики складно змінити, маркери раси спричинюють відчуття меншовартості та приниження у іммігрантів. У романі Ч. Н. Едічі головна героїня вдається до різноманітних засобів індустрії краси, щоб змінити свою зачіску. Волосся позначає її расову приналежність, якої вона спочатку намагається зрестися, бо сподівається зреалізуватися в американському суспільстві. Проте розчарування і прихована расистська політика змішують її повернутися у Нігерію. Наприкінці роману заплітання косичок у афро-стилі сигніфікує утвердження Іфемелу її початкової приналежності. Перспективним для подальшого дослідження вважаємо порівняння інших романів про міграцію, де описано функціонування норм краси та їхній вплив на адаптацію переселенців.

- Bryant, S. L. (2013). The beauty ideal: The effects of European Standards of beauty on black women. *Columbia Social Work Review*, no. IV, pp. 80–91.
- Dion, K. K., Berscheid, E. and Walster, E. H. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, no. 24 (3), pp. 285–290. <https://doi.org/10.1037/h0033731>

- Dyer, R. (1997). The matter of whiteness. In: Dyer, R. *White: Essays on race and culture*. London : Routledge, pp. 1–40.
- Eagly, A., Ashmore, R., Makhijani, M. and Longo, L. (1991). A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, no. 110 (1), pp. 109–128. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.110.1.109>
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, no. 111 (2), pp. 304–341. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.111.2.304>
- Frankenberg, R. (1994). *White women, race matters*. Minneapolis : University of Minnesota Press, 289 p.
- Frisby, C. M. (2006). “Shades of beauty”: Examining the relationship of skin color to perceptions of physical attractiveness. *Facial Plastic Surgery*, no. 22 (3), pp. 175–179. <https://doi.org/10.1055/s-2006-950174>
- Holmes, A. (2017). What Distinguishes Cultural Exchange from Cultural Appropriation. *The New York Times*, June 8. www.nytimes.com/2017/06/08/books/review/bookends-cultural-appropriation.html (accessed: 25.11.2022).
- Hunter, M. (2007). The persistent problem of colorism: Skin tone, status, and inequality. *Sociology Compass*, no. 1 (1), pp. 237–254. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00006.x>
- Iromuanya, J. (2018). Are We All Feminists? The Global Black Hair Industry and Marketplace in Chimamanda Ngozi Adichie’s *Americanah*. *Meridians*, no. 16 (1), pp. 163–183. <https://doi.org/10.2979/meridians.16.1.17>
- Jones, G. (2008). Blonde and blue-eyed? Globalizing beauty, c.1945-c.1980. *The Economic History Review*, no. 61 (1), pp. 125–154. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0289.2007.00388.x>
- Phoenix, A. (1996). “I’m white – So what?” The construction of whiteness for young londoners. In: Fine, M., Weis, L., Powell, L. C. and Wong, L. M. (Eds.). *Off white: Readings on race, power and society*. New York : Routledge, pp. 187–197.
- Robinson-Moore, C. L. (2008). Beauty standards reflect Eurocentric paradigms – So what? Skin color, identity, and black female beauty. *The Journal of Race and Policy*, no. 4 (1), pp. 66–85.
- Rogers, R. (2006). “From Cultural Exchange to Transculturation:” A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation. *Communication Theory*, no. 16 (4), pp. 474–503. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00277.x>
- Thomas, L. (2020). *Beneath the Surface : A Transnational History of Skin Lighteners*. Durham : Duke University Press, 352 p. <https://doi.org/10.1515/9781478007050>

- Timmermans, S. and Epstein, S. (2010). A World of Standards but not a Standard World: Toward a Sociology of Standards and Standardization. *Annual Review of Sociology*, no. 36, pp. 69–89. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.012809.102629>
- Wingfield, A. H. (2008). *Doing Business with Beauty: Black Women, Hair Salons, and the Racial Enclave Economy*. Plymouth, UK : Rowman & Littlefield, 155 p.

BEAUTY INDUSTRY AND RACIALIZATION OF BEAUTY IN CHIMAMANDA NGOZI ADICHIE’S “AMERICANAH”

Svitlana Chernyshova

orcid.org/0000-0003-0284-2001

sveta.chernyshova@gmail.com

Department of Theory and History of World Literature

Kyiv National Linguistic University

73 Velyka Vasylkivska str., 03150, Kyiv, Ukraine

Abstract. Beauty standards and beauty norms contribute to strict expectations of what physical attractiveness is and should be. Images of white standards function oppressively toward other races and their understandings of beauty. In the context of migratory fiction, the relationship between beauty and race becomes central. The appropriation of beauty norms of the dominant group signals about immigrants’ eagerness to follow the rules and accept the norm of the receiving country. On the other hand, an attempt to follow the beauty industry ideology very often leads to immigrants’ self-hatred and low esteem. They suffer from inferiority complex as they are comparing themselves to a standard that is biologically unattainable for them to achieve. The article deals with Chimamanda Ngozi Adichie’s novel “Americanah”. The main protagonist, Ifemelu, after arriving from Nigeria to the U.S.A. changes her hair style as she is influenced by the racial stereotypes about White attractiveness. She believes that her chances will be higher if she relaxes her hair. Instead, she suffers from the loss of hair because of bad treatment. Her despair is verbalized in the blog-writing, where Ifemelu criticizes beauty industry which promotes certain standards. After some years in the U.S.A. Ifemelu rejects the norms of structural racism and return to her natural hair. This is the symbolic act of reclaiming her identity after long years of suffering from the regime of race. To analyze the oppressive nature of beauty industry in the novel we have used the methods of close reading, hermeneutics, and character’s typology.

Keywords: beauty standard; race; beauty industry; novel “Americanah”, body politics.

Suggested citation

Chernyshova, S. (2022). Industriia ta rasovizatsiia krasu u romani Chimamandy Nhozi Edichi “Amerykana” [Beauty Industry and Racialization of Beauty in Chimamanda Ngozi Adichie’s “Americanah”]. *Pitannâ literaturoznavstva*, no. 106, pp. 130–143. (in Ukrainian). <http://doi.org/10.31861/pytlit2022.106.130>

Стаття надійшла до редакції 9.12.2022 р.

Стаття прийнята до друку 25.12.2022 р.