

Боровкова Ирина Владимировна

аспирант кафедры теории и истории культуры
Санкт-Петербургского государственного
университета культуры и искусств
dom-hors@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАСКУЛИННОСТИ В ЗЕРКАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ

Аннотация:

Статья раскрывает культурологические аспекты гендерной проблематики. Актуальность данной темы обусловлена тем, что тема гендера формирует ряд новых проблем в гуманитарных науках, в том числе и в культурологии. Автор сосредотачивает свое внимание на таком аспекте, как особенности потребительской культуры мужчин и женщин. Также рассматривается трансформация мужского образа под воздействием такого социально культурного явления, как мода.

Ключевые слова:

гендер, мужской образ, маскулинность, культура, мода, субкультура, метросексуал, ценности.

Borovkova Irina Vladimirovna

PhD student of the Theory and History of
Culture Department,
Saint Petersburg State University of Culture and Arts
dom-hors@mail.ru

TRANSFORMATION OF MASCULINITY IN THE MIRROR OF CONTEMPORARY FASHION

Summary:

The article reveals cultural aspects of gender subject matter. The urgency of the topic is caused by the fact that the gender issue forms a number of new objectives in humanities, including cultural science. The author elaborates such an aspect as consumer culture features of men and women, and considers transformation of man's image under the impact of such social cultural phenomenon as fashion.

Keywords:

gender, man's image, masculinity, culture, fashion, subculture, metrosexual, values.

Одной из актуальных тем в гендерной проблематике является трансформация мужского образа в современной культуре.

Термин «гендер» был введен в науку психоаналитиком Робертом Столлером в 1958 г. В 1963 г. он выступил на конгрессе психоаналитиков в Стокгольме, сделав доклад о понятии социологического (гендерного) самоосознания. Его концепция строилась на разделении «биологического» и «культурного»: «изучение пола, считал Р. Столлер, является предметной областью биологии и физиологии, а анализ гендера — может быть рассмотрен как предметная область исследований психологов и социологов, анализа культурно-исторических явлений» [1, с. 71]. Предложение Р. Столлера о разведении биологической и культурной составляющих в изучении вопросов, связанных с полом, и дало толчок формированию особого направления в современном гуманитарном знании — гендерным исследованиям.

Таким образом, можно сказать, что гендер – это социальный конструкт, он формируется, благодаря представлениям людей. Основной задачей гендера является проведение границы между тем, что такое «мужчина» и что такое «женщина». Благодаря этому мы формируем свои представления об обоих полах. Половое различие можно определить, в том числе, и по одеянию каждого из субъектов. Хотя в современной культуре, к явлениям которой относится также и мода, это не так просто. На протяжении последних десятилетий образ мужчины активно изменялся под воздействием различных социокультурных влияний, перетекая из одной стадии трансформации в другую. Среди наиболее важных социально-культурных явлений, оказывающих влияние на изменение образа современного мужчины, можно особо выделить моду. На сегодняшний день мода играет неотъемлемо важную роль в жизни каждого человека, как женщины, так и мужчины. Это обусловлено рядом причин. Во-первых, тем, что грань различия между образами «мужского» и «женского» была традиционно одной из основных черт моды. Далее, в современной социокультурной ситуации это различие постепенно стирается. Мода стиля «унисекс» становится одной из популярных тенденций последних десятилетий. С другой стороны, не только женщины маскулинизируются, но и мужчины приобретают все более женственные черты поведения и облика. Таким образом, сближение полов, и вследствие этого, трансформация мужского образа как пример следования современной моде – эта тенденция продолжает развиваться. Бренды высокой моды создают одежду, которая ориентирована на представителей новых социально культурных общностей, где нет четких границ, что такое мужская одежда и женская.

В современной культуре мода – это не только определенные тенденции одежды. В традиционном понимании мода – временное господство определенного стиля, в какой-либо сфере

жизни или культуры. Она определяет стиль или тип одежды, идей, поведения, этикета, образа жизни каждого человека в определенной субкультуре. Самый главный атрибут моды – это ее новизна и ее бесконечное достижение. Потеря новизны у какого-либо предмета или явления ведет к его старомодности.

В современной культуре мода имеет широкое влияние на всю систему ценностей и установки человека, которые закладываются у него в течение всей его жизни. Под воздействием моды происходит смена культурных ориентиров, что в свою очередь неизбежно влияет на отношения между различными общностями. Следуя данной системе, человек неосознанно, а иногда осознанно относит себя к определенной субкультуре. Значение данного термина отражено в его исторических корнях. В 1950 г. американский социолог Дэвид Райзмен в своих исследованиях вывел понятие субкультуры как группы людей, преднамеренно избирающих стиль и ценности, предпочитаемые меньшинством. Более тщательный анализ явления и понятия субкультуры провел Дик Хербидж в своей книге «Субкультура: значение стиля». По его мнению, субкультуры привлекают людей со схожими вкусами, которых не удовлетворяют общепринятые стандарты и ценности. Француз Мишель Мафессоли в своих трудах использовал понятие «городские племена» для обозначения молодежных субкультур.

Также субкультура это:

- особая форма организации людей (чаще всего молодежи) – автономное целостное образование внутри господствующей культуры, определяющее стиль жизни и мышления ее носителей, отличающееся своими обычаями, нормами, комплексами ценностей и даже институтами;
- трансформированная профессиональным мышлением система ценностей традиционной культуры, получившая своеобразную мировоззренческую окраску. Д. Даунс различает субкультуры, возникающие как позитивная реакция на социальные и культурные потребности общества, профессиональные субкультуры и субкультуры, являющиеся негативной реакцией на существующую социальную структуру и господствующую в обществе культуру, делинквентные и некоторые молодежные [2, с. 623].

Любая из вышеперечисленных субкультур находится под влиянием моды.

Как правило, в традиционном понимании мода рассматривается в первую очередь как проявление женского в культуре, как сфера реализации женщины. Такое восприятие обуславливается тем, что основным потребителем моды являются именно женщины (хотя большинство кутюрье – мужчины); к тому же мода характеризуется непостоянством («капризы моды») и требует непрерывного внимания к себе, что часто ассоциируется с чертами именно женского характера. Но надо отметить, что мода постоянно влияла не только на женский образ, а также и на мужской. Под ее воздействием произошла трансформация образа мужчины, которая длится до сих пор. Как уже упоминалось, мода никогда не стоит на месте, она склонна к переменам, которые, в свою очередь, влияют на все в целом.

На протяжении многих десятилетий мужчины придерживались «маскулинного» типа образа. Понятие данного образа четко определено выдающимся советским антропологом, социологом и философом И.С. Коном: «Как и другие гендерные категории, «маскулинность» не имеет однозначного определения и имеет, по крайней мере, три разных значения.

1. Маскулинность как дескриптивная, описательная категория обозначает совокупность поведенческих и психических черт, свойств и особенностей, объективно присущих мужчинам, в отличие от женщин.

2. Маскулинность как аскриптивная категория обозначает один из элементов символической культуры общества, совокупность социальных представлений, установок и верований о том, чем является мужчина, какие качества ему приписываются.

3. Маскулинность как прескриптивная категория – это система предписаний, имеющих в виду не среднестатистического, а идеального «настоящего» мужчину, это нормативный эталон мужественности» [3, с. 150].

Мужчины данного образа не одержимы тенденциями моды. В отличие от известных марок одежды, стиль которых склонен к изменчивости, вследствие моды, они отдают предпочтение классическим маркам и известным фирмам, воплощающим категорию «успешности». Ш. Берн рассматривает этот процесс через изменения в понимании мужской роли, определяя ее в «норме успешности / статуса», «норме физической твердости», «норме умственной и эмоциональной твердости», «норме антиженственности» [4, с. 167–183].

На смену этому образу пришел новый, образ «метросексуала». Данный термин был введен британским журналистом Марком Симпсоном. Он служил для обозначения современных мужчин любой сексуальной ориентации, имеющих ярко выраженный эстетический вкус и тратящих подчас много времени и денег на совершенствование своего внешнего вида и образа жизни. На сегодняшний день данный образ всецело находится под влиянием моды. Перед нами

предстает образ мужественного красавца, тщательно культивирующего свою внешность и ухоженный вид. Представители данного направления прибегают к советам мужских глянцевого журналов: посещают салоны, для поддержания хорошей внешности, следуют последней моде. Данный образ мужчины сравним с «бриллиантом высокой огранки», отшлифовка которого требует много сил для достижения безупречности и блеска. Они носят нетрадиционного вида прическу. Также у них преобладает нетрадиционный вид одежды. В основном это либо яркая одежда, соответствующая последнему «писку моды», известных брендов, либо – одежда, культивирующая моральные ценности субкультуры, в которой состоит данный человек. Нельзя не упомянуть косметические средства и аксессуары, которые добавляют последний штрих в завершении этого образа.

Подобное оформление внешности мужчины характерно, в основном, для молодежной части населения, но есть и исключения.

Рассматривая каждый из мужских образов, мы должны поднять вопрос, которым задается большая часть общества. По каким критериям приверженцы этих двух основных тенденций выбирают ориентиры в мире моды?

Решающим критерием, очевидно, является та или иная субкультура, которая трактует свои стандарты, исходя из присущих ей культурных норм и ценностей. Именно она дает установку, как должен выглядеть мужчина. Язык моды содержит в себе бесчисленное количество знаков, которые невозможно вобрать в себя все сразу. Каждый мужчина находит в ней что-то свое, индивидуальное, что является завершающим элементом его образа.

Из выше всего сказанного, можно сделать вывод, что мода в современной культуре играет не маловажную роль, которая обусловлена стремлением быть современным, отвечать заданным стандартам потребления. С другой стороны, мода задает определенные коды, которые прочитываются представителями определенных субкультур. Под ее влиянием в настоящее время находится не только женская часть общества, но и мужская. Это говорит о смене системы ценностей, что в свою очередь, влияет и на саму культуру. Мода меняет соотношение женственности и мужественности, традиционно принятое в обществе. Многие, относящиеся к моде, выбирается нами из других культур. Сближение с каждой культурой, благодаря такому фактору как мода, способствует диалогу культур, что немало важно. Возможно, в будущем, мода обогатит нас не только стилем, но и внесет свою лепту в дальнейшее формирование нового облика мужчины, что будет знаком изменяющегося положения мужчины в современном мире.

Ссылки:

1. Центр Гендерных Исследований / под общей редакцией Ерохина Л.Д., Коваленко С.В. Владивосток, 2006.
2. Волков Ю.Г. Политическая социология. Ростов-на-Дону, 1997.
3. Кон И.С. Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире. М., 2001.
4. Берн Ш. Гендерная психология. СПб., 2002.

References (transliterated):

1. Tsentr Gendernykh Issledovaniy / under general ed. of Erokhin L.D., Kovalenko S.V. Vladivostok, 2006.
2. Volkov Y.G. Politicheskaya sotsiologiya. Rostov-na-Donu, 1997.
3. Kon I.S. Menyayushchiesya muzhchiny v izmenyayushchemsya mire. M., 2001.
4. Bern S. Gendernaya psikhologiya. SPb., 2002.