

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

МАЛЬЧИШЕСТВО КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

**Сборник материалов
международной научной конференции
(17–18 ноября 2016 года)**

Под редакцией Е.Б. Хитрук

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2017

ВЛИЯНИЕ МОДЫ НА «НАСТОЯЩЕГО МУЖЧИНУ»

Станислав Васильевич Ромахин

Студент 3-го курса Философского факультета НИ ТГУ

Для начала, необходимо определить, кто такой этот «настоящий» мужчина. До XX века мужское и женское обозначались как полностью противоположные характеристики. Ещё в античности была введена дихотомия природы, как женского начала, и культуры, как мужского начала. Эта дихотомия вполне соответствовала традиционным бинарным оппозициям: земля/небо, солнце/луна, активность/пассивность и многое другое. Поскольку ключевые элементы данных оппозиций никогда не мыслятся как равнозначные, мужские черты обозначаются как первичные и доминирующие, женские – как вторичные и подчиненные. Мужчина воспринимался как человек, носитель истинных черт, женщина же как, пользуясь терминологией Симоны де Бовуар, «Другой». Она является не вполне человеком, а иногда и прямо обозначалась как враг, который развращает мужчину.

Вообще понятие мужественности носит исторический характер, в противовес прежней теории, которая утверждает, что мужское имеет трансцендентальную основу. Его историчность дает нам некие надежды, а не покорное следование. В период индустриализации, ещё раньше буржуазных революций, колониализма, к термину «мужчина» стало добавляться понятие «настоящий».

Мы не каждого мужчину можем назвать «настоящим». В 70-х годах XX века американский психолог Роберт Брэннон сформулировал четыре основные правила императива мужественности: «1. “Без бабства” – мужчина должен избегать всего женского; 2. “Большой босс” – мужчина должен добиваться успеха и опережать других мужчин; 3. “Крепкий дуб” – мужчина должен быть сильным и не проявлять слабость; 4. “Задай им жару” – мужчина должен быть крутым и не бояться насилия» [3. С. 75–76].

Социолог Эрвин Гоффман писал, что в Америке существует лишь «один совершенный и не стыдящийся себя мужчина: молодой, женатый, белый горожанин, гетеросексуал с севера, протестант, отец, получивший образование в колледже, полностью занятый, хорошего телосложения, сильный и высокий, недавний обладатель спортивных достижений. Каж-

дый американский мужчина стремится смотреть на мир с такой точки зрения... Любой, кому не удастся квалифицировать себя через какой-нибудь из этих признаков, вероятно, считает себя... недостойным, несовершенным и худшим» [5. С. 128].

В России в этом плане все намного сложнее. Мы не можем говорить, какая вера должна быть ему присуща. Средний класс для России тоже очень запутанное понятие. Но даже при всех отличиях мы можем сказать, что эти черты имеют большое сходство.

Нам снова нужно обратиться к словам Симоны Де Бовуар «женщиной не рождаются», только теперь мы должны применить это к мальчикам. С рождения они понимают, что им ещё предстоит стать «настоящими» мужчинами. Как правильно заметила Сандра Бем, «гендерная поляризация настолько энергично расширяет понимание того, что значит быть мужчиной или что значит быть женщиной, что вследствие этого возникла парадоксальная культурная идея, согласно которой «настоящий» мужчина и «настоящая» женщина существенно отличается от просто биологического мужчины и биологической женщины. Эта парадоксальная идея, в свою очередь, приводит к тому, что мужчины и женщины слишком глубоко проникаются чувством, что женственность или мужественность – это не просто дар природы; чтобы выглядеть по-настоящему мужественным или женственной, надо этого добиваться, работать над собой и не портить своего имиджа «неправильным» поведением» [2]. То есть только лишь конструирование гендера обществом недостаточно, нужно применять ещё и собственные усилия.

Понятие Моды

Переходя к рассмотрению феномена моды, нам снова стоит определить, что же такое мода. На сегодняшний день мода играет важную роль в жизни как женщин, так и мужчин. Современная мода оказывает большое влияние на систему ценностей современного мира.

Современную моду можно рассмотреть в двух аспектах: 1) в узком смысле, мода – как модная одежда. Быть модным, значит, правильно одеваться. 2) В широком смысле, когда модным становится не только атрибут одежды, но и другое: место проживания, аксессуары, дома, литература, кинематограф, а так же модными являются идеи, программы, слова, манера разговора, и даже идеология. «Рассматривая моду как феномен культуры, важно подчеркнуть, что понятие «моды» в широком смысле

обычно означает существующее в определённый хронологический период и общепризнанное на данном этапе отношение к внешним формам культуры» [1. С. 150].

Мода и «настоящий мужчина»

Современные философы начинают говорить о моде в эпоху постмодерна. Новая мода стала глобальной и индивидуальной одновременно. После появления постмодернистской моды, нужно задаться вопросом, повлияла ли она на современного мужчину, если да, то как?

Мода повлияла на появление множества различных типов мужчин. Приведу в пример некоторых из них. В связи с появлением постмодернистской моды, типологизация практически стала невозможной, так как на одно явление появляется другое переформатированное, а на это явление появляется ещё одно и так до бесконечности. Но есть более общие характеристики, их и приведём в пример. Первый тип – метросексуал, молодой человек с приличным доходом, живущий в столице. Независимо от сексуальной ориентации, в первую очередь, его характеризует любовь к самому себе. Второй тип техносексуал, его можно описать как человека, отдающего предпочтение технике, науке, но он не интересуется своим или противоположным полом, так как изначально не социализировался, ушел от реальности. Этот тип не нужно путать с асексуалами или аромантиками. Третий типаж – стандартный мужчина. Он близок к понятию прежнего «настоящего», но уже под давлением современного общества, он более утонченный, проявляет большую заботу, чувственный, но при этом осознающий своё привилегированное положение. Такие мужчины не отрицают значимости женщины в обществе, они не являются умышленно сторонниками патриархата, но при этом, существуя в культуре патриархата, они бессознательно следуют его фундаментальным установкам.

Наиболее интересным представляется «стандартный мужчина», так как он является прямым наследником патриархального мужчины.

Проследить влияние моды на этого нового мужчину можно, опираясь на понятие «унисекс».

«Стиль унисекс представлял из себя вызов устоявшейся модели классовой дифференциации и гендерной дискриминации. Появление одежды традиционно не являвшихся специфически «мужскими» или «женскими», так и появление в мужской моде тканей, расцветок и рисунков, которые считались типично женскими — и наоборот» [4. С. 30].

Стиль унисекс, несомненно, играет важную роль, однако, неверно было бы утверждать, что появление этого стиля привело к нивелированию гендерной стратификации в моде. Категории мужской и женской одежды по-прежнему остаются актуальными: эти термины до сих пор используются в самых разных сферах (в школах, в описаниях дизайнерских решений, в производственном процессе, в магазинах), невзирая на то, что их содержание и характер взаимоотношений меняются со временем. По моим представлениям, точнее было бы говорить не о разрушении системы гендерной дифференциации как таковой, а о размытии границ гендерных категорий и наполнении их новым смыслом.

Проблема «унисекса»

1) Одежда продолжает быть мужской и женской.

2) Новая женская коллекция, например, может включать основной мужской атрибут одежды, к которому прилагается женский атрибут. Однако обратная логика невозможна – нельзя взять основной женский атрибут и к нему приложить мужскую часть. Мужская же коллекция унисекс является только ново созданной одеждой, без гендерной определённости.

Вывод

Завершая, я могу предположить, что современная постмодернистская мода, не является на данный момент способом борьбы с патриархатом, то же самое характерно и для понятия «унисекс». Мода, как продукт массового потребления, и я настаиваю именно на таком понимании, если и не является способом борьбы с патриархатом, то все-таки содержит тенденции, которые потом переносятся из подсознательного в сознательное осмысление. Благодаря моде мы можем видеть, в какую сторону, возможно, будет меняться общество.

Что же касается мальчишества, то мы еще раз должны зафиксировать, что возникает определённая проблема. Мальчикам теперь, когда стандарты размываются, но сохраняется конструкт «настоящего» мужчины, приходится каждый раз с трудом отыскивать те новые тенденции, которые не противоречат патриархальному конструкту и не приводят к наказанию со стороны общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов Г.С., Родионова Д.Д. Мода и гендер в эпоху постмодерна. Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2006. 204 с.
2. Бем С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов / пер. с англ. М. : Российская политическая энциклопедия, 2004. 336 с.
3. Кон И. С. Сексуальное образование – глобальная задача 21 века // Социология: теория, методы, маркетинг. 2009. № 1. С. 94–114.
4. Теория моды. Одежда. Тело. Культура. № 22 (зима 2011–2012). М. : Новое литературное обозрение, 2012. 376 с.
5. Goffman E. Stigma. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1963. P. 128.

Издание подготовлено в авторской редакции

Отпечатано на участке цифровой печати
Издательского Дома Томского государственного университета

Заказ № 2336 от «17» января 2017 г. Тираж 20 экз.