

УДК 316.728:316.346.2–055.1

Берберова К.К.

СТИЛЬ ЖИЗНИ «НАСТОЯЩЕГО» МУЖЧИНЫ: СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И РЕФЕРЕНТНЫЕ ОБРАЗЫ

Ключевые слова: стиль жизни, мужской стиль потребления, мужская мода, женские и мужские виды спорта, традиционная маскулинность.

(Продолжение. Начало в № 5, 2013)

Количественные данные, полученные в ходе реализации социологического исследования среди студентов ростовских вузов, показывают, что, с точки зрения основной части респондентов, современному мужчине необходимо ориентироваться на моду в одежде (67,7%). Около половины студентов указывают, что достаточно отслеживать основные модные тенденции, а десятая доля опрошенных считает, что за изменениями в моде нужно следить подробно (рис. 1).



Рис. 1. Мнения респондентов о том, в какой степени современному мужчине необходимо следить за модой в одежде

В качестве основного источника, из которого современные мужчины получают информацию о мужской моде и о потребительских новинках, студенты называют Интернет (58,3%). Ближайшее окружение выступает поставщиком данных сведений с точки зрения 35% опрошенных. Около пятой доли молодых мужчин источниками информации подобного рода называют мужские журналы (24,2%) и телевизионные программы (23,3%). (рис. 2).

Многие современные ученые указывают, что основным «транслятором» ценностей потребления и соответствующих гендерных имиджей в настоя-



Рис. 2. Мнения респондентов об источниках информации о мужской моде, о потребительских новинках для современных мужчин

щее время выступают средства массовой информации (печатные и электронные). Как отмечает А. Юрчак, в обществах, переживающих период трансции, роль СМИ в формировании общественного дискурса значительно возрастает, «в такие периоды новые способы описания реальности могут довольно быстро поменять то, как люди говорят, думают и действуют» [3, с. 246].

И в этом отношении можно увидеть, что за последние десятилетия доля материалов в средствах массовой информации, прямо или косвенно посвященных вопросам потребления и конструированию маскулинности, значительно увеличилась. Отечественная реклама сегодня также играет большую роль не столько в тиражировании товаров и услуг, сколько в трансляции стилей жизни. На страницах мужских изданий и в рекламных роликах происходит не столько представление модных новинок сезона (одежды, обуви, аксессуаров и пр.) и продвижение новых брендов, сколько определение их в качестве необходимой атрибутики, присущей образу «настоящего» мужчины.

Результаты нашего социологического опроса показали, что около половины опрошенных молодых мужчин регулярно или время от времени читают «глянцевые» журналы (рис. 3).

Наиболее популярными мужскими журналами среди опрошенных студентов являются «Men's Health» (50,5%),



Рис. 3. Частота чтения молодыми людьми «мужских» журналов

«Maxim» (44,2%), «Playboy» (29,2%) и «GQ» (16,8%) (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на вопрос «Если Вы читаете мужские журналы, то какие?»

Варианты ответов	Все опрошенные (%)
«Maxim»	44,2
«Men's Health»	50,5
«Playboy»	29,5
«XXL»	9,5
«FHM»	8,4
«GQ»	16,8
Другое	6,3

Половина опрошенных молодых мужчин указывает, что в «глянцевых» журналах они черпают информацию о технических новинках (50,5%), о спорте, питании и уходе за собой (39,2%), а также о стиле жизни и стратегиях карьеры успешных людей (34%) (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов респондентов
на вопрос «Что Вас привлекает в чтении
мужских журналов?»

Варианты ответов	Все опро- шенные (%)
Получение знаний о современных модных тенденциях в оформлении внешнего облика	16,5
Получение информации о технических новинках (автомобили, фотоаппараты, телефоны, компьютеры и пр.)	50,5
Информация о стиле жизни, стратегиях карьеры успешных людей (бизнесменов, политиков, музыкантов и пр.)	34,0
Представления о спорте, здоровом питании, правилах ухода за собой	39,2
Получение самой разной информации из познавательных статей (о разных странах, об исторических событиях и личностях, о политике и пр.)	18,6
Возможность посмотреть на красивых женщин (эротические фотографии)	15,5

Современные исследователи отмечают, что если раньше «образцом» мужских и женских образов служила литературная классика (в том числе и классика советская), то в настоящее время важнейшим фактором, влияющим на гендерные репрезентации, становятся герои массовой культуры. Конструкты маскулинности, представленные в медиаобразах певцов, актеров, телеведущих, бизнесменов и др., могут выступать как референтные образы для современной молодежи, т.е. как социальные ориентиры для строительства гендера. Причем эти образы благодаря распространению массовой культуры становятся глобальными. Голливудские актеры, музыканты и селебрити становятся известными во всем мире. Форматы телепередач и популярных изданий имеют международный характер. Многие популярные сериалы, идущие на российском телевидении, создаются при активном участии зарубежных сценаристов. А молодежь, как уже отмечалось, очень восприимчива к воздействию современных

медиа. Е. Омельченко по этому поводу пишет: «Очевидно, что роль родителей и учителей как ключевых фигур в гендерном воспитании не столь важна, как прежде. Сегодняшние гуру молодежи – это поп-звезды, медиа-кумиры, лидеры своих компаний, культовые фигуры. Именно они выступают образцами “правильных” женщин и мужчин, достойных подражания. Контакт со своими настоящими “учителями” чаще всего виртуальный, что несколько не снижает эффекта, поскольку виртуальная коммуникация (интерактив) уже стала одним из ведущих каналов социализации» [1, с. 102].

В анкете социологического опроса мужской части студенчества г. Ростова-на-Дону содержался блок открытых вопросов (не предполагающих сформулированных вариантов ответов) о том, кто из современных: 1) киноактеров, 2) певцов, телеведущих и других деятелей шоу-бизнеса, 3) бизнесменов, 4) политиков и 5) спортсменов – вызывает у молодежи наибольшую симпатию и уважение.

Результаты исследования в части референтных для студентов зарубежных или отечественных киноактеров фиксируют, что наиболее популярными являются западные актеры. На первые места в рейтинге выходят Джейсон Стетхем (16,2%), Джонни Депп (9,2%), Вин Дизель (6,9%), Джеки Чан (6,9%), Хью Джекман (6,9%). Во вторую очередь упоминают Жан-Клода Ван Дамма (4,6%) и Аль Пачино (4,6%). На следующих позициях располагаются – Бред Питт, Джим Керри, Рассел Кроу, Орlando Блум, Киану Ривз, Джералд Батлер (по 3,1%) (табл. 3).

Среди отечественных актеров кино чаще всего молодые мужчины указывают С. Безрукова (11,5%). Все другие российские киноактеры собирают значительно меньшие процентные показатели упоминаемости: В. Высоцкий, Е. Миронов, В. Вдовиченков – по 2,3%, остальные – не выше 1,5% (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Кто из современных киноактеров
(зарубежных или отечественных) вызывает у Вас
наибольшую симпатию, уважение?»

Варианты ответов	Все опрошенные (%)
Зарубежные	
Дж. Стетхем	16,2
Дж. Депп	9,2
В. Дизель	6,9
Дж. Чан	6,9
Х. Джекман	5,4
Ж.-К. Ван Дамм	4,6
А. Пачино	4,6
Б. Питт	3,1
Дж. Керри	3,1
Р. Кроу	3,1
О. Блум	3,1
К. Ривз	3,1
Дж. Батлер	3,1
Р. Паттисон	2,3
Э. Броуди	2,3
У. Смит	2,3
П. Уокер	2,3
Отечественные	
С. Безруков	11,5
Е. Миронов	2,3
В. Высоцкий	2,3
В. Вдовиченков	2,3
М. Аверин	1,5
В. Турчинский	1,5
Д. Дюжев	1,5
А. Панин	1,5
С. Бодров	1,5
Г. Добрыгин	1,5
Нет ответа	21,5

Таким образом, самые популярные актеры – Дж. Стетхем и С. Безруков – являются по типу носителями традиционной модели маскулинности. Герои боевиков в исполнении Дж. Стетхема отличаются брутальностью, смелостью, физической силой, выносливостью, сексуальной активностью, вольным обращением с законом, но обладают определенным кодексом чести. Примечательно, что Стетхем не является профессиональным актером, а 12 лет входил в состав британской национальной сборной по прыжкам в воду. Имидж данного киноактера складывается из следующих характеристик: немногословен, физически развит и тренирован, специалист в области боевых искусств,

самостоятельно выполняет трюки, обладает мужественной внешностью (голова побрита налысо, выдающаяся челюсть, легкая небритость), но всегда элегантно, по последнему слову моды одет, встречается с известными моделями (последняя пассия младше его на 20 лет, является моделью Victorias Secret). В то же время в прессе подчеркивается, что актер большое внимание уделяет поддержанию «настоящей» мужской дружбы как с известными режиссерами Гаеом Риччи и Саймоном Уэстом, так и с неизвестными широкой публике друзьями детства.

Российский актер Сергей Безруков также больше всего запомнился широким массам населения как исполнитель главной роли криминального лидера в сериале «Бригада». Похожие по мужскому типу роли исполнялись этим актером в других достаточно известных фильмах: «Бой с тенью», «Черные волки», «Высоцкий. Спасибо, что живой», «Поцелуй бабочки» и пр. Помимо уже упомянутых атрибутов маскулинности, которые представлены на киноэкране в образах главных героев этих фильмов (смелость, физическая сила, криминальный опыт, определенный кодекс чести и пр.), обращает на себя внимание, что «в значительной части культурной отечественной кинопродукции продвигается образ мужского братства, где опытные мужчины (командиры, «батяни») опекают и наставляют новичков. Мир в такого рода произведениях держится на мужской силе и солидарности, на почти бескорыстном служении мужского общества своему делу» [2, с. 220].

Из современных певцов, телеведущих и других деятелей западного или отечественного шоу-бизнеса наибольшую симпатию у молодых мужчин вызывают И. Ургант (7%), Г. Мартиросян (4,7%) и Баста (4,7%). В данном вопросе по спектру вариантов ответов, которые сформулировали респонденты, чаще всего упоминались отечественные певцы и телеведущие (табл. 4).

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Кто из современных певцов, телеведущих
и других деятелей шоу-бизнеса
(зарубежных или отечественных) вызывает у Вас
наибольшую симпатию, уважение?»

Варианты ответов	Все опрошенные (%)
И. Ургант	7,0
Г. Мартинсосян	4,7
Баста	4,7
Eminem	3,1
Five Finger Death Punch	3,1
М. Круг	3,1
В. Высоцкий	3,1
В. Бутусов	2,3
А. Долматов (Гуф)	2,3
В. Цой	2,3
С. Михайлов	1,6
П. Воля	1,6
А. Ревва	1,6
В. Брежнева	1,6
1. Klas	1,6
Pit Bull	1,6
И. Тальков	1,6
С. Лазарев	1,6
Т. Родригес	1,6
С. Жуков	1,6
Грот	1,6
Нет ответа	32,0

В качестве тех представителей бизнеса, которые пользуются авторитетом у современных молодых мужчин, чаще всего называют Р. Абрамовича (23,8%), М. Прохорова (6,9%), С. Джобса (9,2%), Б. Гейтса (6,9%), С. Керимова (4,6%), Д. Трампа (3,8%) и М. Ходорковского (3,1%). Но 48,5% не дали ответа на этот вопрос (табл. 5).

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Кто из современных бизнесменов
(зарубежных или отечественных) вызывает у Вас
наибольшую симпатию, уважение?»

Варианты ответов	Все опрошенные (%)
Р. Абрамович	23,8
С. Джобс	9,2
М. Порохов	6,9
Б. Гейтс	6,9
С. Керимов	4,6
Д. Трамп	3,8
М. Ходорковский	3,1
К. Бабаев	1,5
Д. Фишер	1,5
А. Карелин	1,5
Нет ответа	48,5

Более 40% опрошенных не смогли указать тех политиков, которые вызывают у них симпатию. Остальные студенты чаще всего выбирали В. Жириновского (23,8%), В. Путина (22,3%), Д. Медведева (7,7%) (табл. 6).

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Кто из современных политиков
(зарубежных или отечественных) вызывает у Вас
наибольшую симпатию, уважение?»

Варианты ответов	Все опрошенные (%)
В. Жириновский	23,8
В. Путин	22,3
Д. Медведев	7,7
Г. Зюганов	3,1
А. Шварценеггер	3,1
М. Каддафи	2,3
А. Кудрин	2,3
У. Чавес	2,3
Н. Саркози	1,5
Р. Кадыров	1,5
С. Берлускони	1,5
Г. Явлинский	1,5
Нет ответа	43,8

В отличие от политиков и бизнесменов, профессиональные спортсмены чаще выступают в качестве референтных личностей для молодых мужчин. В основном студенты называют футболистов и боксеров, как зарубежных, так и отечественных. В процентном отношении лидируют Ф. Емельяненко (25,4%), К. Роналду (5,4%), М. Тайсон (4,6%), А. Аршавин (3,8%), а также З. Зидан и Д. Бекхэм, Виталий и Владимир Кличко (по 3,1%) (табл. 7).

Таблица 7

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Кто из современных спортсменов (зарубежных
или отечественных) вызывает у Вас наибольшую
симпатию, уважение?»

Варианты ответов	Все опрошенные (%)
Ф. Емельяненко	25,4
А. Емельяненко	5,4
К. Роналду	5,4
М. Тайсон	4,6
А. Аршавин	3,8
З. Зидан	3,1
Вит. Кличко	3,1
Д. Бекхэм	3,1
Влад. Кличко	3,1

Окончание табл. 7

Варианты ответов	Все опрошенные (%)
А. Немов	2,3
А. Кержаков	2,3
Р. Павлюченко	2,3
Д. Носов	2,3
Н. Джокович	2,3
А. Фролов	2,3
Р. Джонс	1,5
И. Акинфеев	1,5
А. Карелин	1,5
Дж. Ли	1,5
Дж. Катлер	1,5
К. Дзю	1,5
Л. Месси	1,5
М. Сафин	1,5
Нет ответа	35,4

Обобщение результатов анализа групповых норм маскулинности, представленных в сознании студентов-мужчин, позволило выявить следующие особенности этого конструкта:

1. Понимание опрошенными юношами «мужского» стиля жизни обнаруживает присутствие в сознании студентов двух моделей маскулинности – традиционной и западно-потребительской, но с количественным перевесом традиционной модели. В первую очередь в увлечениях мужчины должны присутствовать спорт (занятия и просмотр), а также рыбалка и охота (т.е. традиционный компонент). Современные гаджеты, фитнес-клубы, концерты и светские мероприятия (консьюмеристский компонент) во вторую очередь представлены в нормативном конструкте мужского стиля жизни.

2. Отличительными особенностями мужского стиля потребления являются ориентация на модные тенденции в одежде, включение в набор аксессуаров, которыми мужчина должен пользоваться, таких элементов, как часы, ремень и портмоне. Причем часы и парфюм должны быть дорогими и брендовыми. И здесь проявляется ориентация на модель «успешной» маскулинности западного типа.

3. В качестве основных источников информации о мужской моде и о потребительских новинках молодые мужчины, принявшие участие в опросе, называют Интернет, ближайшее окружение, а также мужские журналы и телепрограммы. Половина студентов читает мужской «глянец», в котором черпает информацию о технических новинках, спорте, питании, уходе за собой и стиле жизни успешных людей.

4. Важность для опрошенных студентов приобщения к спорту определяет распространенность установки о разделении видов спорта на женские и мужские. К последним, как правило, относятся командные виды спорта (футбол, хоккей, баскетбол), а также бокс и борьба. Эта традиционная окраска конструкта маскулинности находит выражение в том, что наиболее часто в качестве референтных образов молодые мужчины выбирают профессиональных спортсменов (футболистов и боксеров). В качестве тех зарубежных или отечественных киноактеров, которые пользуются у юношей симпатией и уважением, лидируют Дж. Стетхем и С. Безруков. Кинообразы, созданные данными актерами, как правило, транслируют традиционную маскулинность – смелость, физическую силу, лидерство, определенный кодекс чести, сексуальную активность и мужскую солидарность.

Литература

1. Омельченко Е. Становление гендера: кто и что помогает нам стать собой, а также женщинами и мужчинами // Гендер для «чайников». М.: Звенья, 2006.
2. Саморукова И. Гендерные тренды современной российской культуры: Тургеневские женщины носят Прада! // Гендер для «чайников» – 2. М.: Звенья, 2009.
3. Юрчак А. Мужская экономика: «Не до глупостей, когда карьеру куешь» // О муже(Н)ственности: сб. статей. М.: Новое литературное обозрение, 2002.