

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2022, №1, Том 13 / 2022, No 1, Vol 13 <https://sfk-mn.ru/issue-1-2022.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/49SCSK122.pdf>

DOI: 10.15862/49SCSK122 (<https://doi.org/10.15862/49SCSK122>)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Касаткин, Е. В. Особенности конструирования маскулинности в условиях глобализации / Е. В. Касаткин //

Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — Т. 13. — № 1. — URL:

<https://sfk-mn.ru/PDF/49SCSK122.pdf> DOI: 10.15862/49SCSK122

**For citation:**

Kasatkin E.V. Features of the construction of masculinity in the context of globalization. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 1(13): 49SCSK122. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/49SCSK122.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: 10.15862/49SCSK122

## Касаткин Евгений Васильевич

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный медицинский университет», Ростов-на-Дону, Россия  
Военный учебный центр

Подполковник, начальник цикла — старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет», Майкоп, Россия

Аспирант

E-mail: j2580@mail.ru

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=833052](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=833052)

## Особенности конструирования маскулинности в условиях глобализации

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению конструирования маскулинности в современном глобализирующемся мире. Выделяются основные теоретические подходы, используемые для анализа формирования различных типов маскулинностей в глобализирующемся мире. Особое внимание уделяется рассмотрению трех теорий — теории гендерной социализации, теории социального конструирования гендера и теории гендерного порядка. При этом выделяются как позитивные моменты применения их для анализа типов маскулинностей в современном мире, так и выделяются их некоторые ограничения в контексте трансформации традиционных видов маскулинностей. Автор выделяет основных агентов гендерной социализации, влияющих на конструирование маскулинной идентичности. При этом подчеркивается, что сохраняется значимость института религии, однако внутри института религии появляются различные тренды по отношению к формированию маскулинности, в основном между приверженцами традиционных религиозных ценностей и теми, кто нацелен на либерализацию. Несмотря на увеличивающиеся процессы глобализации, выражающиеся, в частности, в расширении иммиграционных потоков, влияние этнической принадлежности в контексте формирования маскулинности продолжает оставаться важным фактором, формирующим представления о маскулинности. Обращается внимание на появление новых типов маскулинностей в связи с увеличивающимся взаимодействием между различными культурами в условиях глобальных коммуникаций, обеспечиваемых современными технологиями. Анализ современных социологических исследований позволяет увидеть, что в современных мультикультуральных обществах увеличивается разнообразие маскулинностей как между представителями различных культур внутри одного государства, так и между представителями различных социальных классов, а также внутри одной и той же культуры, внутри одной организации, социальных групп, более того, внутри них существует часто

отличающееся понимание маскулинности, а, следовательно, конструирование маскулинности не протекает по единому сценарию.

**Ключевые слова:** гендер; маскулинность; социализация; конструирование; глобализация; трансформации

### Введение

Дискуссии по конструированию маскулинности особенно обострились в связи с процессами глобализации, происходящими в современном мире, которые оказывают влияние на деконструкции маскулинностей, ранее считавшихся незыблемыми. Ряд социологов связывают трансформации форм маскулинности с геополитическими процессами, экономическими императивами и определённой стадией развития мировой экономики. Как отмечает Р. Коннел, для того, чтобы осмыслить эти процессы, необходимо понимание глобализации гендера, что заставляет акцентировать внимание на «транснациональных практиках», то есть перейти от индивидуального уровня гендерных различий к «паттернам социально-конструируемых гендерных отношений». Если признать, что широкомасштабные институты (государство, корпорации) гендерно маркированы, то тогда и международные отношения, международная торговля и международные рынки являются ареной гендерной политики, а, следовательно, следует говорить о «мировом гендерном порядке» [1, р. 22]. Мировой гендерный порядок можно определить как структуру отношений, которые соединяют гендерные режимы институтов и гендерные порядки локальных обществ в мировом масштабе. Современные дискуссии о глобализации, особенно в СМИ развитых стран, рисуют картину всё покоряющих трендов, охвативших весь мир. Вызванные новыми технологиями, эти тренды проявляются на глобальных рынках, в музыке, глобальной рекламе, в которых все якобы участвуют на равных началах. Однако на самом деле глобальная экономика далеко не равноправна, а степень экономической и культурной гомогенизации часто преувеличивается. Империалистические войны, неокOLONиализм и современные мировые системы власти, инвестиции, торговля и международные коммуникации способствовали вступлению в контактирование различных обществ друг с другом. Соответственно, и их гендерные порядки стали взаимодействовать друг с другом, что привело к тому, что локальные паттерны стали воспринимать определённые компоненты глобального общества, в частности, постколониальная глобализация связала конструирование маскулинности с конструированием расовых и этнических иерархий. По мнению ряда зарубежных социологов, создание мирового гендерного порядка включает появление новых «арен» гендерных отношений на различных уровнях:

- транснациональные и мультинациональные корпорации, которые, как правило, обладают явным разделением труда и «сильно маскулизированной культурой управления»;
- международное положение, включая институты дипломатии и ООН, руководство которыми осуществляется преимущественно мужчинами;
- международные СМИ, в которых существует четкое разделение труда и мощная циркуляция гендерных значений, передаваемая посредством развлекательного дискурса, новостного блока и рекламы;
- глобальные рынки, которые начали оказывать активное влияние на локальные экономики, часто сильно гендерно маркированные и слабо регулируемые со стороны государства.

## Обзор литературы

В рассмотрении категории «маскулинность» выделяются три значимых направления исследований — биологическое, психологическое и социальное, последнее в большей степени сосредоточено на анализе существующих в различных обществах и культурах типах маскулинности, определяемых укоренёнными стереотипами, тем самым формируя «социальные экспектации» в отношении моделей маскулинного поведения.

В рамках социологии впервые серьезное научное исследование, касающееся конструирования маскулинности, было сделано М. Мид, описавшей конструкты маскулинности в традиционных обществах и показавшей, что гендерные роли, гендерные особенности общения и взаимодействия варьируются под влиянием культуры, не являясь исключительно биологическими характеристиками. Основываясь на включенном наблюдении, ей удалось показать влияние, которое оказывает культура различных племен на формирование представлений о гендере и соответствующих моделях поведения, выражающихся в выполнении функциональных обязанностей, чем опровергла биологическое представление об их предзаданности. М. Мид основное внимание уделяет рассмотрению именно формированию маскулинной идентичности и особенностям самопрезентации мужчин в ходе выполнения специализированных функциональных обязанностей, что выражается в том, что «...во всех известных человеческих обществах признается потребность мужчины в свершениях и подтверждении их достижений» [2, с. 154].

В середине 20 века исследования маскулинности в основном осуществляются в контексте структурного функционализма, где наиболее значимыми исследованиями представляются работы Т. Парсонса, который на примере семей, принадлежащих в индустриальном обществе к среднему классу, показывает типичные маскулинные роли, исполняемые индивидами в рамках их домохозяйств, при этом феминные модели поведения внутри семейной системы Парсонс связывает с экспрессивностью, а маскулинные модели поведения — с инструментальными функциями в существовании семьи. Рольевые модели поведения интериоризируются индивидами в ходе социализации и задают нормативность ожидаемого поведения [3].

Полоролевой подход оказал сильное влияние на анализ маскулинности, где контент ролевых моделей долгое время трактовался как функционально обусловленный. Однако этот подход вызвал и серьезную критику, в которой современные социологи прежде всего обратили внимание на его нормативность, а на самом деле, по мнению Р. Коннелл, паттерны внутрисемейных моделей поведения в домохозяйствах во многом не соответствуют стереотипным представлениям, основанным на типичной форме «биологической дихотомии» [4, с. 263].

Одним из самых влиятельных подходов к исследованию маскулинности следует отнести конструктивистский подход, где внимание переносится на микроуровень повседневных интеракций и где идентификация с мужским и женским полом определяется социокультурными факторами, а маскулинности находятся под воздействием социально нормативных властных взаимоотношений и отсутствием гендерного равенства в повседневной жизнедеятельности. Социально-конструктивистская интерпретация гендерных отношений основывается на социально-конструктивистской теории П. Бергера и Т. Лукмана. Согласно данной теории, окружающая индивидов социальная действительность может быть как объективной, так и субъективной, поскольку, с одной стороны, она существует независимо от человека, но в тоже время в процессе повседневной деятельности не свободна от субъективных действий людей [5]. Основываясь на данной теории, М. Киммел приходит к выводу, что «гендерная идентичность социально конструируется ... наши идентичности — это текущие сочетания значений и типов поведения, каковые мы конструируем, исходя из ценностей,

образов и предписаний, которые находим в окружающем мире» [6, с. 146]. Ряд российских исследователей маскулинной проблематики солидаризируются с данным выводом М. Киммела. Так, Е.А. Здравомыслова и А.А. Темкина подчеркивают, что «социально-конструктивистская парадигма задает рамки исследования механизмов формирования и воспроизводства мужественности и женственности, гендерной культуры, «создания гендера» в повседневности, в публичной (экономике, политике, масс-медиа) и частной сферах, а также способы формирования знания о них. Одновременно этот подход оставляет пространство для концептуализации социальных изменений гендерных отношений, являющихся результатом проблематизации конкретного опыта» [7, с. 19].

Анализируя современные гендерные исследования в условиях глобализации, Э. Гидденс выделяет три основных подхода: теорию гендерной социализации, теорию социальной конструкции гендера и теорию гендерного порядка. Он подчеркивает, что теория гендерной социализации основывается на идеях функционализма, рассматривая мальчиков и девочек в контексте «изучения сексуальных ролей» и мужской/женской идентичности, то есть маскулинности и феминности. Однако теория социализации, казалось бы, не замечает того, что индивиды могут отвергать и/или модифицировать ожидаемые от них социальные роли. Однако агенты социализации не в состоянии «производить механические эффекты» в растущей личности, поскольку могут лишь «приглашать» индивида к участию в социальных практиках в определенно заданных рамках, что определяет ограниченность данного подхода, рассматривающего индивидов как пассивных объектов, следующих установленному «гендерному программированию» [8, р. 320].

Вторая выделенная Гидденсом теория — это теория социального конструирования гендера. Данная теория нашла свое наиболее полное выражение в трудах Коннелл, Скотта и Морагана, Батлера. Суть ее сводится к тому, что понятия о маскулинности в обществе характеризуются физической силой и «жестким» отношением к маскулинности, поощряющей мужчин культивировать специфический имидж своего тела, а также набор маньеризмов, что выражается в том, что гендерные идентичности и различия по сексу неразрывно связаны внутри человеческого тела [8].

Третьей значимой теорией по мнению Э. Гидденса, является теория гендерного порядка, выдвинутая Р. Коннелл в известных трудах «Гендер и власть» (1987), «Мужчины и мальчики» (2001) и «Маскулинности» (2005). Данные работы уже считаются классическими в социологическом дискурсе зарубежной социологии, а их влияние объясняется тем, что Коннелл объединяет концепты патриархальности и маскулинности в интегрированном подходе, полагая, что маскулинность является критической частью гендерного порядка, который не может быть полностью осознан без отнесенности к сохраняющейся патриархальности или в отрыве от феминностей, поскольку гендерные отношения являются продуктом повседневных интеракций и практик обычных людей, которые воспроизводят коллективные социальные договоренности, существующие в обществе. Данные договоренности непрерывно воспроизводятся в течение жизненного цикла индивидов и транслируются последующим поколениям, но могут подвергаться определенным изменениям [1].

### Результаты исследования

*Значимые агенты социализации.* Процессы глобализации, охватившие практически весь мир, по мнению З. Баумана, связаны, прежде всего, с последствиями глобализации, «абсолютно непреднамеренными и непредусмотренными, а не с глобальными *инициативами и действиями*» [9, с. 88]. В таких обстоятельствах следует задуматься о жизни мужчин, о конструировании маскулинности. Ключевым вопросом становится, какой паттерн

маскулинности становится доминантным на глобальных аренах. Дж. Хенслим подчеркивает, что архиважным для формирования маскулинности становится овладение «гендерной картой», которое происходит посредством «гендерных меседжей», исходящих от основных агентов гендерной социализации, к которым относятся [10] гендерные меседжи, исходящие от семьи; гендерные меседжи от сверстников. При этом мальчики получают меседж, что значит быть настоящим мужчиной и что всеми возможными способами следует избегать быть причисленным к «weenie» (сосиска) или «nerd» (лох) [13]. В условиях глобализации значительно возрастает влияние меседжей, исходящих от средств массовой коммуникации — телевидение, киноиндустрия, видеоигры. В настоящее время наиболее действенные послания в контексте конструирования маскулинности исходят от видеоигр, в которых 90 % составляют герои-мужчины, обладающие, как правило, всем набором, приписываемым настоящей маскулинности (смелость, решительность, храбрость, умение добиваться поставленной цели и т. д.). При этом модель мужчины тесно связана с физическим имиджем, редко достигаемым в реальной действительности. Не менее влиятельными стали рекламные меседжи, которые с самого детства, используя создаваемых или реальных героев (спортсмены, актеры, известные блогеры), создают представление о маскулинности, которой можно гордиться [10, p. 72–77].

Полностью солидаризируясь с Дж. Хенслим, дополняем, что необходимо выделить и еще один тип меседжа, а именно религиозный меседж, который является крайне значимым для многих обществ, несмотря на происходящие трансформации в условиях глобализации. Так, например, подчеркивается, что посредством основных религий (христианство, конфуцианство, индуизм, иудаизм), не говоря уже об исламе (особенно исламистский фундаментализм), религиозные меседжи основываются на патриархальных верованиях и соответствующих им практикам. В современном глобализирующемся мире ряд исследователей отмечают такой феномен, как возникновение «культурных войн» внутри института религии между представителями религиозных сообществ, придерживающихся традиционных религиозных доктрин и тех, кто нацелен на их некоторую либерализацию. Первый тренд выражен в таком понятии, как *фамилиализм*, отстаивающий традиционные семейные ценности, укорененную гендерную дихотомию и традиционную нуклеарную семью во главе с отцом-добытчиком и отцом защитником своей семьи, то есть следование гетеронормативному канону в отличие от тех представителей религии, которые поддерживают возможность существования «*матрилинейных семей*» (ЛГБТ семьи, семьи с одним родителем и т. д.) По мнению В. Созаева, религиозные традиционалисты нацелены на необходимость реконструкции «библейской мужественности», где ее естественным подтверждением является «иерархичность отношений в браке в рамках сохраняющейся патриархальности. Для того, чтобы быть главой семьи мужчина должен осуществлять четыре основные функции [11, с. 271–272]:

- функцию мужа;
- функцию отца;
- функцию священника-ходатая;
- функцию учителя.

*Особенности этнической принадлежности в формировании маскулинностей.* Однако даже при сохранении и поддержания вышеперечисленных функций отмечаются и трансформации, происходящие в конструкте «настоящего отца», становящегося не только воплощением главы семьи, но и вовлеченного в эмоциональную жизнь своих детей, когда «выслушивание детей становится функцией отцов, а не матерей». Как подчеркивает В. Созаев, конструкт маскулинности, воплощенный в имиджевых характеристиках «настоящего отца и главы семьи» по-прежнему остается весьма «привлекательным для определённого количества

как мужчин, так и женщин, которые стремятся найти какую-то стабильность в динамично изменяющемся современном мире» [11, с. 276].

Как показали многочисленные исторические и антропологические исследования, не существует универсального типа маскулинности в различных культурах и в различные исторические периоды по-разному конструируется маскулинность. В настоящее время большое внимание уделяется конструированию маскулинности в контексте этнической принадлежности. Поскольку все современные общества становятся все более поликультурными по своему этническому составу (в основном вследствие все увеличивающейся иммиграции), обращается внимание на то, что расовые проблемы становятся фундаментальными в определении поведения мужчин, которые принадлежат к разным культурным бэкграундам. Однако этнические группы, обладающие большими властными возможностями, имеют большой потенциал влияния на формирование модели нормативной маскулинности. Например, конструкт маскулинности, который был до недавнего времени характерен для американского общества, заключался в паттерне нормативной маскулинности, обладающей следующими типичными характеристиками: стопроцентный американец гетеросексуальной ориентации в совершенстве владеющий английским языком, являющийся представителем высокостатусных социальных групп в отличие от представителей иных этнических групп, не обладающих вышеперечисленными характеристиками [12, с. 12]. В отличие от США, в Швеции «настоящим мужчиной» является такой мужчина, который действительно заботится о своих детях.

Либералы и консерваторы сходятся во мнении, что основной проблемой становится распределение временных инвестиций в воспитание детей между «новыми» матерями и отцами. В Иране наблюдается тенденция увеличения со стороны мужчин принятия на себя большей ответственности за семейное планирование при сохранении строгого разграничения в гендерных ролях. Тем не менее, согласно Ш. Берд, теории социализации весьма ограничены, поскольку не в состоянии объяснить, «как индивиды сопротивляются доминирующему определению маскулинности», они не дают объяснения изменению в формировании когнитивных понятий в конструировании маскулинностей [12].

Поскольку мужчины до сих пор обладают большими материальными, экономическими, политическими возможностями, в меньшей степени сталкиваются с различными институциональными преградами (образование, рынок труда, профессиональные карьеры), они не заинтересованы в изменении гендерного порядка, существующего в обществе. При этом лишь небольшое количество мужчин может соответствовать модели «настоящего мужчины» в силу недостаточности имеющихся ресурсов, а также принадлежности к определенной этнической (расовой) группе.

*Разнообразие маскулинностей в мультикультуральных обществах.* Социологические исследования показывают, что в современных мультикультуральных обществах, разнообразие маскулинностей только увеличивается. Так, например, понятие маскулинности значительно отличается у латиносов и потомков англичан в США, между греками, ливанцами и англичанами в Австралии, смысл маскулинности у представителей среднего класса отличается от маскулинности в среде рабочего класса, отличается он и в зависимости от материальной составляющей, то есть маскулинность приобретает различные формы в среде богатых и в среде людей бедных, необеспеченных. Не менее значимым является то, что не единственный тип маскулинности может быть обнаружен внутри одной и той же культуры, внутри одной организации, социальных групп, более того, внутри них существует часто отличающееся понимание маскулинности, а следовательно, конструирование маскулинности не протекает по единому сценарию. Так, например, в среде урбанизированного среднего класса конструирование маскулинности происходит в контексте доминанции (лидерство в

менеджменте) по одному сценарию, а в среде экспертов по-другому (на первое место выходит профессионализм и соответствующие знания), что заставляет говорить о «мульти-факультативных» маскулинностях, подчеркивая потенциальное разнообразие. Дж. Баркер и Ч. Рикардо, проведя исследование по конструированию гегемонной маскулинности, отмечают, что мужчины, которые придерживаются традиционных взглядов на маскулинность, тем не менее часто не скрывают своего эмоционального состояния (могут плакать), а мужчины, которые придерживаются нетрадиционных взглядов, могут делать «гомофобские замечания», мужчины, стремящиеся соблюдать нормативные представления о настоящей мужественности, могут попросить помощи при определенных обстоятельствах [14]. Данное исследование еще раз подтверждает, что не существует универсальной модели маскулинности, поскольку в ней наличествует совокупность различных компонентов, часто противоречащих друг другу.

Однако изменения, происходящие в современных обществах, испытывающих на себе влияние глобализации, заставляют во многом переосмыслить представления о маскулинности и ее конструировании. Великий мыслитель Н. Бердяев, как бы предугадывая нынешние трансформации, еще в начале 20 века писал: «Мы живем в переходную эпоху, наступает новый порядок, в котором творчество должно победить рождение и необходимый для него секс. В эту эпоху мирового потрясения ступеньками и смешиваются твердые ранее границы мужского и женского» [15, с. 86]. Это высказывание в какой-то степени перекликается с мнением современной российской исследовательницы гендера И.Н. Тартаковской, которая отмечает, что увеличиваются вызовы, связанные с исследованиями гендера, подчёркивающие расширение «спектра возможных моделей маскулинности», а исполнение традиционных мужских обязанностей защитника и кормильца стало более сложным. При этом она выделяет два противоречивых тренда, поскольку, с одной стороны, можно зафиксировать со стороны некоторых групп стремление к возрождению патриархальных традиций, ставящих мужчину во главе различной деятельности (и в семье, и на работе), а с другой, в условиях все возрастающей женской активности в различных сферах жизнедеятельности общества, конкуренции, возникающей между мужчинами и женщинами в сфере труда и занятости, при одновременной тенденции к установлению эгалитарных отношений внутри семьи, подрываются «основы существования традиционной маскулинности». Тартаковская пишет: «Современная социальная реальность предъявляет множество сложных и противоречивых требований и к женщинам, и к мужчинам, и, возможно, мужчинам справиться с ними даже сложнее — и это напряжение приводит к многочисленным стрессам, ролевым конфликтам, противоречивым маскулинным сценариям»<sup>1</sup>.

В частности, это предположение прослеживается на примере изменений на трудовом рынке в условиях неолиберального капитализма, потребовавшего кардинальных изменений в области организации трудовых взаимоотношений, когда сокращение рабочих мест в индустриальном секторе заставило мужчин искать работу в сфере услуг, что потребовало отказа от типичного маскулинного поведения. Выполнение профессиональных обязанностей в области сервисных услуг и торговли требовало «сервиса с улыбкой», угождения клиентам, приятного внешнего имиджа, то есть таких качеств, которые не соответствовали традиционному поведению мужчин в сфере трудоемкого производства. Те же, кто не хотел изменить свой стиль поведения, стали пополнять ряды безработных [16].

---

<sup>1</sup> Способы быть мужчиной. Трансформации маскулинности в XXI веке. Редактор составитель И.Н. Тартаковская. — Москва. Фонд имени Генриха Белля — Издательство «Звенья», 2013. — С. 17, с. 278. Текст: непосредственный.

Следует отметить, что такие социальные категории как гетеросексуальность, гомосексуальность и бисексуальность появились еще в 19 веке, которые обозначали не только определённые виды сексуального поведения, но и принадлежность к конкретной социальной группе, вовлеченной в определённые сексуальные практики. Так, термин «гомосексуал» предполагал, что сексуальные акты между мужчинами происходят только внутри отличной от других группе, которая подвергалась негативной оценке со стороны большинства общества.

В условиях глобализации в мультикультуральных обществах вовлеченность в сексуальные отношения между одним полом, особенно в западноевропейских странах и США, перестало подвергаться какой-либо негативной оценке, получив более позитивное звучание «гей». Теория, занимающаяся исследованиями геев, не имеет адекватного перевода на русский язык и поэтому транслитерируется как квир-теория, которая появилась в США в 80-е годы прошлого века. Данная теория не только противостоит мнению, что гетеросексуальность является единственной нормативной моделью сексуального поведения, но и отвергает рассмотрение гомосексуальности в качестве отличной категории людей и их поведения, тем самым нивелируя «бинарное деление», разделяющее пол и сексуальность. Теоретической основой квир-теории является положение о том, что бинарная оппозиция не отражает на самом деле реальных различий, а основывается на определенном дискурсе, являющемся частью языковой гетеросексуальной доминации [17]. Квир-теория не принимает во внимание четких сексуальных идентичностей, утверждая, что существует множество особенностей, относящихся к идентичности любого индивида, а следовательно, индивиды могут конструировать и реконструировать себя посредством выбора стиля жизни, пересекая категории и границы в соответствии со своими желаниями [18]. Месседж квир-теории заключается в том, что сексуальные категории, которые привычно используются людьми, являются социальным, а не биологическим продуктом. Эти категории чрезвычайно ограничивают человеческие верования (убеждения), идентичности и поведение, но, когда люди начинают понимать, что эти категории являются не биологическими, а социальными по происхождению, они могут бросить им «вызов», освободить себя от них и свободно выбирать, как им жить, что заставляет задуматься не только о социологическом анализе происхождения и значимости социальных категорий, но и политическом проекте.

Возникшие в 80-е годы прошлого века квир-движения получили распространение в мультикультуральных обществах во многом благодаря поддержке со стороны государственных органов различных стран, обосновывающих их деятельность стремлением к либерализации и демократии. В настоящее время существует достаточно мощная группа, называющая себя «Квир нация» (Queer Nation), провозглашающая свою необычность и «упивающаяся ею». Как подчеркивает Эпштейн, вызов «квир мира» является актом предъявления лингвистической претензии, в которой пейоративный термин присваивается стигматизированной группой с тем, чтобы лишить его возможности стать механизмом нанесения обиды (оскорбления) [18]. Квир движение не ищет толерантности или же признания миноритарных прав геев со стороны гетеросексуалов, скорее, оно бросает прямой вызов самой идее, что гетеросексуальность является нормальной и естественной. При этом термин квир расширяет свои границы, включая теперь не только геев, но и бисексуалов, трансвеститов и транссексуалов, «пересекающих сексуальные и гендерные границы» и в любом случае, разрушая гетеросексуальную нормативность. В своём отрицании существующих гендерных границ, приверженцы квир-мира (квир-нации) соответствуют существующим в западном мире трендам рассматривать конструирование гендерных (маскулинных) идентичностей в контексте свободы выбора стиля жизни. Однако по мнению ряда даже западных социологов, несмотря на вызов «квиристов», гетеросексуальный дискурс остается доминантным в умах большинства людей и в их поведении, при этом возможности преваляющей гендерной идеологии и процесса социализации, использующего нормативную гендерную схему, нельзя переоценивать,

поскольку, провозглашая свое отличие, «ортодоксальные» гендерные культуры и сообщества постоянно укрепляют свой «Г» («Н») дискурс [19, p. 187–188].

В условиях расширяющейся глобализации все больше обсуждается вопрос о кризисе гегемонной маскулинности и о появлении «нового мужчины». По мнению Ф. Морта, произошли радикальные изменения в маскулинной идентичности с появлением «нового мужчины». Новый феминизированный имидж мужчины активно проектировался средствами СМИ, начиная с конца 80-х годов в западных странах, рисуя мужчину как заботливого и кооперативного, избегающего маскулинной агрессивности и соревновательности. «Новый мужчина» стал более чувствительным, более эмоциональным, более озабоченным своей внешностью, интересующийся косметическими средствами [20].

В то время как одни социологи видят в данном тренде широкомасштабные изменения в культуре в целом, другие рассматривают этот феномен в более узком контексте, объясняя его в рамках маркетинга и рекламы, характерных для общества потребления, где в основу ставятся не властные взаимоотношения, а различные типы потребления, порождающие такие типы маскулинности, как метросексуальность и юберсексуальность. Метросексуалы озабочены своей внешностью, стилем одежды, активно следят за всеми модными тенденциями, начиная от одежды, прически, модным стилем прически до дизайна своего места проживания. Мало чем отличается от метросексуального типа юберсексуальная маскулинность. Как отмечают современные исследователи маскулинностей, отличие заключается в том, что носители юберсексуальной маскулинности в большей степени озабочены личным, индивидуальным стилем, а не предлагаемыми тенденциями фэшн-индустрии и стиля, что выражается в особой избирательности при осуществлении шопинга, однако круг его друзей составляют мужчины, а не женщины. Хотя данные группы мужчин не представляют численно значимые группы, они, безусловно, относятся к новому типу мужчин, по мнению российской исследовательницы С.А. Ильиной [21].

Тем не менее нам представляется, что «новый мужчина», рассматриваемый в контексте метросексуальности, по сути, не является совершенно новым феноменом, ранее не зафиксированном в культуре. Достаточно вспомнить описание Евгения Онегина, запечатленного великим А.С. Пушкиным:

Вот мой Онегин на свободе;  
Острижен по последней моде,  
Как *dandy* лондонский одет —  
Он по-французски совершенно  
Мог изъясняться совершенно  
Легко мазурку танцевал  
И кланялся непринужденно;  
Чего ж нам больше? Свет решил,  
Что он умен и очень мил (А.С. Пушкин. Евгений Онегин. 1 глава)

Пушкин сравнивает Евгения с лондонским денди, до этого существовало понятие 18 века *петиметр*, французский модник, отличавшейся тщательной заботой о своем внешнем виде и приятными манерами поведения.

В русский язык понятие *метросексуал* было калькировано из английского языка (*metrosexual*), появившееся в английском благодаря слиянию двух слов — *metropolitan* (столичный) и *sexual* (сексуальный). Впервые данное понятие было применено английским

журналистом Марком Симпсоном в 1994 году, который использовал его несколько в пейоративном значении при описании нарциссизма в мужской среде. Однако данный термин был подхвачен глянцевыми журналами, которые придали ему совершенно другую коннотацию, обозначив социокультурный тренд в маскулинном контексте. В настоящее время метросексуалов можно обнаружить среди представителей различных профессий, но прежде всего среди высокооплачиваемых представителей мира спорта, кино, престижных СМИ и т. д., что вполне соотносится с их материальными возможностями, не говоря уже о таком ресурсе, как презентация своей фигуры в публичном пространстве. При этом следует отметить, что ряд известных метросексуалов являются и олицетворением гегемонной маскулинности, например, Брэд Пит, Криштану Роналду, Робби Уильямс и др.

### Заключение

Глобализация оказывает значимое влияние на формирование маскулинности, что выражается в усилении воздействия месседжей, исходящих от средств массовой информации по сравнению с традиционными агентами гендерной социализации. Несмотря на то, что гегемонная маскулинность, воплощенная в имиджевых характеристиках «настоящего отца и главы семьи», по-прежнему остается весьма «привлекательной» для большей части людей, стремящихся к сохранению традиционных ценностей в нестабильном и быстро меняющемся мире, под влиянием глобализации происходит деконструкция маскулинностей, ранее считавшихся незыблемыми. Осознание глобализации гендера заставляет акцентировать внимание на «транснациональных практиках», то есть перейти от индивидуального уровня гендерных различий к конструктам маскулинности, формирующихся в рамках «мирового гендерного порядка». При этом нельзя не принимать во внимание особенности этнических и религиозных культур, которые в своем большинстве поддерживают укорененные представления о гендере и гендерных отношениях.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Connell, R.W. Masculinities / R.W. Connell. — 2nd ed. — University of California Press Berkeley and Los Angeles, California, 2005. — 362 p. URL: [http://lulfmi.lv/files/2020/Connell\\_Masculinities.pdf](http://lulfmi.lv/files/2020/Connell_Masculinities.pdf). (дата обращения 03.02.2022). Текст: электронный.
2. Мид М. Мужское и женское. Исследование полового вопроса в изменяющемся мире. / М. Мид — М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. — с. 416. Текст: непосредственный.
3. Parsons, T. The social structure of the family / T. Parsons. — Текст: электронный // in R. Anshen (ed.) The family: its function and destiny, Harper, New York. 1944. — P. 173–201. URL: <https://www.academia.edu/1045912> (дата обращения 05.02.2022).
4. Коннелл Р. Современные подходы: хрестоматия феминистских текстов [пер.] Р. Коннелл; под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. — СПб.: издательство «Дмитрий Буланин», 2000. С. 251–280. Текст: непосредственный.
5. Бергер П., Т. Лукман. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. / П.Т. Бергер, Т. Лукман — М.: «Медиум», 1995. — 323 с. — Текст: непосредственный.
6. Киммел М. Гендерное общество. / М. Киммел — М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006. — с. 464. Текст: непосредственный.
7. Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. Социология гендерных отношений и гендерный подход в социологии / Е.А. Здравомыслова, А.А. Темкина. — Текст: электронный // Социологические исследования, 2000, № 11. С. 17–27. URL: <https://ecsocman.hse.ru/data/099/222/1218/002.ZDRAVOMYSLOVA.pdf>. (дата обращения 15.02.2022).
8. Giddens A. Sociology / A. Giddens // 6<sup>th</sup> edition. Polity Press, 2009. — 1121 p. URL: <https://www.shortcutstv.com/text/giddens5th.pdf>. (дата обращения 23.02.2022). Текст: электронный.
9. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман / Пер. с англ. — М.: Издательство «Весь Мир», 2004. С. 188. Текст: непосредственный.
10. Henslin, J.M. / James M. Henslin. Sociology. A Down-to-Earth Approach. Pearson, 2014. — p. 667. Текст: непосредственный.
11. Созаев В. Конструирование нормативной модели мужественности в современном консервативном христианстве. / В Созаев // Способы быть мужчиной. Редактор — составитель И.Н. Тарковская. — Москва. Фонд им. Г. Белля — Изд-во «Звенья», 2013. С. 270–278. Текст: непосредственный.
12. Берд Ш. Конструируя маскулинности: современные тенденции в социальных науках / Ш. Берд. // Гендерные исследования, 2006. № 14. с. 5–33. URL: <http://kcs.net.ua/gurnal/gurnal-14-01.pdf>. (дата обращения 13.02.2022). Текст: электронный.
13. Milkie M.A. Social World Approach to Cultural Studies. / M.A. Milkie // Journal of Contemporary Ethnography, 23, 3, October 1994: pp. 354–380. <https://doi.org/10.1177/089124194023003005> (дата обращения 04.02.2022). Текст: электронный.

14. Barker, G. and Chr. Ricardo. Young Men and the Construction of Masculinity in Sub-Saharan Africa / G. Barker, Chr. Ricardo. // World Bank Social Development Pares, Paper No. 26, 2005. — 96 p. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/481401468101357773/pdf/327120rev0PAPER0AFR0young0men0WP26.pdf> (дата обращения 07.02.2022). Текст: электронный.
15. Бердяев Н. Философия свободы. Смысл творчества. / Н. Бердяев. — М.: Правда. 1989. — 608 p. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=114704> (дата обращения 11.02.2022). Текст: электронный.
16. Nixon D. “I can’t put a smile face on”: Working call masculinity, emotional labour and service work in the “new economy”. / D. Nixon. // Gender, Work & Organization. No. 16(3). P. 300 — 322. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1468-0432.2009.00446.x> (дата обращения 11.02.2022). Текст: электронный.
17. Stein, A. and Plummer, K. “I can’t even think straight”: Queer Theory and the Missing Sexual Revolution in Sociology. / A. Stein, K. Plummer. // Sociological Theory, 12/2: p. 178–187. 2004. URL: [file:///C:/Users/USER/Downloads/I\\_Cant\\_Even\\_Think\\_Straight\\_Queer\\_Theory.pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/I_Cant_Even_Think_Straight_Queer_Theory.pdf) (дата обращения 14.02.2022). Текст: электронный.
18. Epstein, S. A Queer Encounter: Sociology and the Study of Sexuality. / S. Epstein. // Sociological Theory, 12/2: p. 188–201. 1994. URL: <https://www.jstor.org/stable/201864> (дата обращения 16.02.2022). Текст: электронный.
19. Fulcher J. and J. Scott. / J. Fulcher, J. Scott. Sociology. Oxford University Press, 2010. — p. 910. Текст: непосредственный.
20. Mort F. Cultures of consumption: Masculinities and Social Space in Late Twenties / F. Mort. // — Century Britain. London: Routledge, 1997. — 248 p. URL: <https://books.google.com.ag/books?id=Oj3sSfZ7k-8C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> (дата обращения 17.02.2022). Текст: электронный.
21. Ильиных С.А. Комплексная гендерная методология исследования: поверх дисциплинарных границ / С.А. Ильиных. // Вестник экономики, права и социологии. 2013, № 3. — с. 201–206. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksnaya-gendernaya-metodologiya-issledovaniya-poverh-distsiplinarnyh-granits> (дата обращения 25.02.2022). Текст: электронный.

**Kasatkin Evgeniy Vasil'evich**

Rostov State Medical University, Rostov-on-Don, Russia  
Military Training Center  
Adyghe State University, Maykop, Russia  
E-mail: j2580@mail.ru  
RSCI: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=833052](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=833052)

## **Features of the construction of masculinity in the context of globalization**

**Abstract.** The article deals with the problem of masculinity construction in the modern globalizing world. The main theoretical approaches, applying for analyzing of different masculinity types in globalizing world, are stood out. Special attention is paid to the consideration of three theories — the theory of gender socialization, the theory of social construction of gender and the theory of gender order. The positive and some limited effects of these theories for masculinity analyzing in the context of transformation of masculinity traditional types in the modern world are underlined. The author allocates the main agents of gender socialization, influencing the construction of masculinity identity. It is emphasized that the significance of religious institutions continues to be rather influential, but different trends towards masculinity formation are being appeared inside them, particularly, between representatives of traditional views and those who are aimed at liberalization. In spite of globalization processes increase, revealing particularly in the expansion of immigrant flows, the influence of ethnicity in the context of masculinity formation is still an important factor, forming the notions of masculinity. Attention is paid to the appearance of new types of masculinities due to the increasing of interaction between different cultures in conditions of global communication provided by modern technologies. The analysis of contemporary sociological studies gives the possibility to sight that in modern multicultural societies the variety of masculinities is increasing as among representatives of different cultures inside the united states as among representatives of different social classes, inside the same culture and the same organization. Furthermore, inside them there is often distinguished understanding of masculinity, so the construction of masculinity is carried out according to different scenarios.

**Keywords:** gender; masculinity; socialization; construction; globalization; transformation