

Секция «Конструирование образа России: теоретико-методологический и практический аспекты»

"Конструирования образа мужчины в российской культуре с 1990-х до 2020-х годов."

Научный руководитель – Шульц Владимир Леопольдович

Чельшев Артём Сергеевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия

E-mail: artemch1060@gmail.com

"Конструирования образа мужчины в российской культуре с 1990-х до 2020-х годов."

Чельшев Артём Сергеевич

Студент

Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова — федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова».

Факультет: Высшая школа современных социальных наук, Москва, Россия.

E-mail: Artemch1060@gmail.com

Образ мужчины в российском обществе претерпел значительные изменения за последние три десятилетия. Были разные образы: человек, вернувшийся с войны, лидер криминальной группировки, следователь в отделе милиции, успешного полицейского, разъезжавшего по столице на дорогом кабриолете, скейтер, который курит электронные сигареты, инфантильный человек, который в сорок лет живет с родителями. С начала 1990-х годов, когда государство находилось в состоянии социально-экономической нестабильности, традиционные представления о мужественности трансформировались, отражая изменения в общественном сознании и массовой культуре. В разные периоды доминировали различные модели маскулинности: от сурового и независимого «мужика» 1990-х до более сдержанных и интеллектуальных образов 2000-х, однако периоды политической нестабильности и военных конфликтов неизменно способствовали возврату к традиционной концепции мужественности — мужчины-защитника, воина, главы семьи#_ftn1.

Образ мужчины является не только культурным конструктом, но и отражением социально-экономической ситуации в стране. Влияние политических процессов, медиасреды и военных конфликтов формирует восприятие мужественности в обществе. Важно понять, какие изменения произошли в общественном сознании и какие факторы способствовали этим трансформациям. Кино и телевидение – с 1990-х до 2020-х годов сохраняется образ сильного мужчины, но акценты смещаются от криминального к военному и государственному герою. Реклама – в 1990-е и 2000-е транслировались образы brutальных мужчин, в 2010-е появились более мягкие, интеллигентные образы, но в 2020-е снова наблюдается тренд на традиционные маскулинные качества. Социальные сети – популяризация осознанного отцовства, отказ от токсичной маскулинности, но одновременно укрепление традиционных ценностей в официальных каналах. Военные конфликты – каждая новая волна милитаризации приводит к укреплению образа мужчины как воина и защитника. Образ мужчины в российском обществе с 1990-х годов изменялся в зависимости от социальных и политических условий#_ftn2. Если в 1990-е доминировал архетип «сильного

мужика», то в 2000-е годы на первый план вышли успешные профессионалы, а в 2010-е – интеллектуалы с лидерскими качествами.

Однако периоды политической нестабильности и военных конфликтов неизменно приводили к усилению традиционного образа мужчины как защитника, главы семьи, патриота. В 2020-е годы, на фоне усиления военной риторики, этот образ снова становится доминирующим, что отражает современные вызовы и запрос общества.

[#_ftnref1](#) Здравомыслова, Е. А., Темкина, А. А. 12 лекций по гендерной социологии / Е. А. Здравомыслова, А. А. Темкина. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. — 768 с.

[#_ftnref2](#) Иванова, Т.А. Современные образы маскулинности // Вестник социологических исследований. – 2021. – № 5. – С. 45–58.

Источники и литература

- 1) Здравомыслова, Е. А., Темкина, А. А. 12 лекций по гендерной социологии / Е. А. Здравомыслова, А. А. Темкина. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. — 768 с.
- 2) Иванова, Т.А. Современные образы маскулинности // Вестник социологических исследований. – 2021. – № 5. – С. 45–58.