

Гегемония традиций. Часть 1. Образы маскулинности в популярном русскоязычном кинематографе и музыкальных хитах

18+

Жаркова Дарья Владимировна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, факультет экономики и финансов (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
студентка 4-го курса бакалавриата;
e-mail: d.zharkova-21@edu.ranepa.ru

Зайцева Анна Вячеславовна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, факультет экономики и финансов (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
студентка 4-го курса бакалавриата;
e-mail: azaytseva-21-02@edu.ranepa.ru

Попова Диана Михайловна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, факультет международных отношений и политических исследований (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
студентка 3-го курса бакалавриата;
e-mail: dporova-22-02@ranepa.ru

Научный руководитель:

Кашина Марина Александровна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; кафедра социальных технологий (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
профессор кафедры, доктор политических наук, доцент;
e-mail: kashina-ma@ranepa.ru

Аннотация

Цель исследования — определить характер наиболее популярных мужских образов, представленных в русскоязычной массовой культуре. Объектом выступают популярные русскоязычные фильмы и музыкальные треки. Применяя комплексный подход, сочетающий методы анализа документов и дискурс-анализа, авторы рассматривают представленность традиционной и новой форм маскулинности в популярных фильмах, текстах песен. Для анализа эмпирического материала был разработан авторский классификатор. Исследование было проведено в рамках новой этики. В проанализированном медиаконтенте традиционный тип маскулинности пока остается доминирующим. Массовая культура, по большей части, укрепляет традиционные гендерные представления, демонстрируя мужчин, идентичность которых строится на насилии и эмоциональной сдержанности. Направления дальнейших исследований связаны с оценкой влияния традиционной и новой маскулинности на построении межличностных отношений, проверке гипотезы о связи традиционной маскулинности и толерантности к насилию в различных формах.

Ключевые слова: гендерные роли, гендерные стереотипы, качественный анализ материалов, гегемонная маскулинность, массовая культура, медиа, конвергентная культура, идентичность.

Hegemony of Tradition: Part 1. Masculinity in Popular Russian Cinema and Music Charts

Darya V. Zharkova, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Faculty of Economics and Finance (Saint Petersburg, Russian Federation)

BA student;

e-mail: d.zharkova-21@edu.ranepa.ru

Anna V. Zaitseva, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Faculty of Economics and Finance (Saint Petersburg, Russian Federation)

BA student;

e-mail: azaytseva-21-02@edu.ranepa.ru

Diana M. Popova, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Faculty of International Relations and Political Studies (Saint Petersburg, Russian Federation)

BA student;

e-mail: dpopova-22-02@ranepa.ru

Academic Supervisor:

Marina Alexandrovna Kashina, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Department of Social Technologies (Saint Petersburg, Russian Federation)

Professor of the Department, Doctor of Political Sciences, Associate Professor;

e-mail: kashina-ma@ranepa.ru

Abstract

This study aims to compare popular representations of masculinity in Russian-language mass culture with the online user queries related to masculinity. The research focuses on the images of masculinity presented in contemporary Russian media content. Employing a comprehensive approach combining document analysis and discourse analysis, the authors examine the prevalence of traditional and new forms of masculinity in popular films and song lyrics. A custom-designed classifier was developed to analyze and categorize the empirical data. The analysis revealed that traditional masculinity remains dominant in the examined media content. Mass culture, for the most part, reinforces traditional gender roles, portraying men whose identities are constructed around violence and emotional restraint. Future research perspectives include assessing the impact of traditional and new masculinities on interpersonal relationships and testing the hypothesis of a link between traditional masculinity and tolerance for violence in various forms.

Keywords: gender roles, gender stereotypes, qualitative analysis of materials, hegemonic masculinity, mass culture, media, convergent culture, identity.

ВВЕДЕНИЕ

Депопуляция признается одной из насущных проблем современного российского общества. Российское государство, реализуя пронаталистскую политику, использует комплексный подход: помимо денежных выплат семьям с детьми и увеличения размера

материнского капитала, ведется пропаганда ценности создания семьи. Так, в 2022 году вышел Указ Президента РФ о сохранении и укреплении традиционных российских духовно-нравственных ценностей. В нем провозглашается защита института брака — союза мужчины и женщины — как одна из задач государства. Однако статистика разводов за 2023 год свидетельствует о том, что на 10 браков в России приходится 7 разводов¹. Среди причин высокого числа разводов выступает конфликт личных ожиданий супругов, предписанных образцов и норм поведения женщин и мужчин в семье. Массовая культура является одним из источников таких норм, поэтому важно понять, какие мужские образы она транслирует, насколько они отвечают ожиданиям женщин и способствуют ли укреплению института семьи.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Маскулинность — это конструируемое понятие, которое формируется в процессе взаимодействия людей и зависит от социокультурного контекста [12, с. 10; 20, с. 3–4]. Существуют различные типы маскулинности, разделяющиеся на гегемонные и протестные [8, с. 29]. Они формируются в зависимости от трех структур: труда, либидного влечения и власти [9, с. 31]. Ключевым элементом гегемонного типа является гетеросексуальность, и в большей или меньшей степени гегемонная маскулинность конструируется как гендерная позиция, которая настолько же «не гейская», насколько и «не женская» [14, с. 1265–1268; 18, с. 24–25]. Структурная теория Р. Коннела [12, с. 10–11] показывает иерархическую зависимость типов маскулинности и подчеркивает, что гегемонный тип, который по сути является патриархальным, сохраняет свое господствующее положение в современном обществе.

Традиционная (гегемонная) маскулинность — это социально сконструированная модель мужского поведения, характеризующаяся доминированием, соревновательностью, эмоциональной сдержанностью, обязательной гетеросексуальностью и разделением гендерных ролей, где мужчины занимают превосходящую позицию по отношению к женщинам и маргинализированным группам, а также проявляют склонность к насилию [10, с. 170–173]. Этот канон предполагает соответствие жестким нормам, основанным на противопоставлении женственности, и поддерживает патриархальный порядок в обществе. Новая маскулинность — это социально сконструированная модель мужского поведения, характеризующаяся отходом от гегемонной мужской роли и включающая в себя гибкость моделей поведения, эмоциональную вовлеченность, участие в семейной жизни и готовность к равноправному разделению обязанностей, допуская феминные черты, не противоречащие мужской идентичности [8, с. 27]. Этот тип маскулинности ориентирован на личностную самореализацию через баланс между карьерой, семьей и индивидуальными ценностями.

Массовая культура и интернет-пространство оказывают заметное влияние на формирование у широких слоев населения представлений о поведении мужчин. Среди исследователей, изучающих влияние массовой культуры на конструирование гендерных норм, есть как российские ученые, такие как Е. А. Здравомыслова и А. А. Тёмкина [3, с. 57–58], так и зарубежные. Например, Р. Гилл и Д. Батлер утверждают, что гендер не является фиксированной биологической категорией, а формируется через социальные практики [13, с. 8–10; 16, с. 7–8]. При этом гендерные стереотипы глубоко укоренены в обществе, и в этом плане именно массовая культура выступает практикой, которая может поддерживать сложившиеся «гендерные контракты» между людьми.

¹ Статистика разводов в России ЕМИСС (единая межведомственная информационно-статистическая система). URL: <https://fedstat.ru/indicator/33535> (дата обращения: 07.10.24).

Как явление, массовая культура характеризуется производством и потреблением культурных продуктов, доступных широким слоям населения. Генри Дженкинс акцентирует внимание на феномене пользовательского контента и роли фанатской среды, это было показано в исследованиях феномена популярности К-поп групп [17, с. 19; 1, с. 76].

Д. Фиск и другие анализируют, как аудитория участвует в интерпретации и переосмыслении культурных продуктов, которые также используются в сопротивлении доминирующим идеологиям и создании альтернативных культурных смыслов [15, с. 102; 19, с. 159–162].

В отечественной науке проводились исследования, в которых рассматривалось, как менялся образ мужчины в массовой культуре, включая кинематограф и рекламу. Например, в своей статье Т. М. Дадаев и П. С. Портнов приходят к выводу, что образ мужчины в кинематографе претерпевал изменения с 1960-х по 2000-е годы в зависимости от идеологических запросов, при этом современное положение требует дополнительного анализа [2, с. 8–9.] Помимо работы с кинематографом, отечественные исследователи, такие как К. В. Игаева и Н. В. Шмелева, обращаются и к рекламе как продукту массового потребления, отмечая, что, несмотря на расширение представлений о мужчинах и трансляцию новой маскулинности, сохраняется обращение к традиционному мужскому образу [4, с. 123–125.]

Рассмотренные выше работы подробно изучают дискурс маскулинности, однако исследования, анализирующие современные тенденции в трансформации представлений о маскулинности в русскоязычной массовой культуре, а также рассматривающие влияние цифровых технологий и социальных медиа на этот процесс, не представлены широко в отечественной науке. Исходя из этого **наш исследовательский вопрос состоит** в следующем: какие мужские образы — традиционные или новые — пользуются большей популярностью в русскоязычной массовой культуре, а именно в музыкальных треках и кинематографе, и какими сведениями и о какой маскулинности интересуются пользователи рунета.

Ответу о популярных типах маскулинности посвящена первая часть статьи. Во второй части статьи будут рассмотрены интересы пользователей интернета в отношении маскулинности. В основе исследования лежит триангуляция качественных и количественных методов.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ РАМКА

Настоящее исследование выполнено в рамках новой этики, которая представляет собой возникшую в условиях цифровой коммуникации совокупность норм и принципов, направленных против современных проявлений дискриминации и насилия [11, с. 477].

Оно основано на концепциях социальных структур и иерархий. Центральной социологической теорией выступает теория гегемонной маскулинности Р. Коннела. Важно исследовать именно динамику изменения нарративов, возникающих в массовой культуре, фиксирование того, что гендерные рамки допустимого мужского поведения становятся более вариативными. Применяя теорию Д. Фиска, мы рассматриваем аудиторию как активного участника, чьи интересы и запросы оказывают влияние на формирование и продвижение контента в массовой культуре. Это создает обратную связь, при которой культурные продукты начинают учитывать изменяющиеся запросы аудитории, включая пересмотр гендерных норм и ожиданий.

Цель исследования — определить характер наиболее популярных мужских образов, представленных в русскоязычной массовой культуре. **Объект** — популярные русскоязычные фильмы и музыкальные треки. **Предметом исследования** выступают нарративы традиционной и новой маскулинности.

Задачи:

1. Разработать классификатор контент-анализа новой и традиционной маскулинности.
2. Провести систематизацию нарративов о маскулинности в текстах песен и сценах из фильмов.
3. Провести контент-анализ отобранного эмпирического материала.

Гипотеза: сегодня в массовой русскоязычной культуре наиболее популярны образы традиционной гегемонной маскулинности, несмотря на появление и новых моделей маскулинности, представленных в кино, музыке и других сферах культуры.

Методы исследования:

Для решения первой задачи была проведена операционализация понятий на основе категорий, предложенных И. Коном и И. Клециной [5, с. 73–74; 6, с. 65–67; 7]. Далее был разработан авторский классификатор (Приложение 1), который позволил проанализировать и систематизировать характеристики двух типов маскулинности: новой (протестной) и традиционной (гегемонной). Классификатор включал четыре категории анализа: отношения к родительству/партнерству, нормы поведения, языковые признаки, профессиональная успешность.

На основе авторского классификатора был проведен контент-анализ выделенных текстов песен и сцен из фильмов. В процессе анализа музыкальных и кинотекстов применялся как количественный, так и качественный подходы. В рамках количественного подхода использовались единицы счета (например, проявление агрессии, заботы и т.д.). Качественный подход был направлен на понимание тональности и контекста, в которых выделяются нормы традиционной (гегемонной) или новой (протестной) маскулинности.

Характеристика эмпирического материала:

Для анализа были отобраны музыкальные произведения и фильмы, поскольку они являются одной из основных форм массовой культуры, влияющей на формирование новых и поддержание сложившихся гендерных контрактов между людьми. Оба вида продуктов массовой культуры позволяют анализировать проявление норм традиционной и новой маскулинности, а популярность этих форм среди русскоязычного населения обеспечивает их релевантность в рамках решения задачи анализа транслируемых гендерных норм.

Музыкальные произведения. Для анализа музыкальных предпочтений был выбран чарт Яндекс.музыки², который формируется по количеству уникальных прослушиваний. Было проведено две выгрузки композиций (28.05.2024 и 27.08.2024). Для анализа было выбрано 30 наиболее популярных произведений из каждой выборки. Всего был произведен анализ 46 песен (Приложение 2). Некоторые треки попали в оба топа. Часть композиций оказалась не русскоязычной.

Кинофильмы. Фильмы для анализа также отбирались при помощи платформ Яндекса. Был использован Топ-250 на Кинопоиске³. Чтобы фильм мог попасть в лонг-лист фильмов для рейтинга, он должен быть полнометражным и набрать за год не меньше 500 оценок. Для расчета рейтинга фильма или сериала в списке Топ-250 используется формула⁴, которая препятствует его накрутке недобросовестными пользователями. Из этого топа мы отобрали 17 наиболее популярных (Приложение 3) русскоязычных картин разных периодов.

² Музыкальный стриминговый сервис России.

³ «Кинопоиск» — русскоязычный интернет-сервис с условно свободно редактируемой базой данных и интернет-издание о кинематографе.

⁴ $Rating = (V/V+M) \times R + (M/V+M) \times C$, где: V — количество голосов за фильм или сериал за последние 365 дней. M — порог голосов, который нужен для участия в рейтинге Топ-250. R — среднее арифметическое всех голосов за фильм или сериал. C — среднее значение рейтинга всех фильмов или сериалов за последние 365 дней.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ АНАЛИЗ

1. Маскулинность в популярных песнях и кинофильмах

Рассмотрим, как представлены образы маскулинности в популярных произведениях русскоязычной массовой культуры. Для этого проанализируем их содержание, используя категории авторского классификатора.

1.1. Отношение к родительству/партнерству

В традиционной маскулинности отношение к родительству и партнерству понимается патриархально: мужчина авторитарен, насилие (физическое, психологическое, сексуализированное) в отношениях воспринимается «нормой», в том числе запреты и наказания детей в воспитательных целях. Присутствует стереотип о том, что мужчина должен в первую очередь состояться в профессиональной среде, быть добытчиком, а уже потом проявляться как партнер или отец. Для новой маскулинности, напротив, характерна партнерская модель отношений, проявленная забота по отношению к семье, включенное воспитание детей.

Тема родительства в проанализированных нами песнях не поднималась, так же как и семейные отношения, но те цитаты о построении партнерских отношений, которые удалось найти, подчеркивают доминирование традиционных норм.

Так, в треке «Харизма» исполнителя Wallem описывается манипулятивное поведение мужчины и самоутверждение за счет женщины:

*«Играл на твоих чувствах,
Прости, это правда.
Но я не безобразный тип,
Мне нравится загадка».*

Нормы новой маскулинности в этой категории анализа найти почти невозможно, но рассмотрим строчки из песни «Можно я с тобой» исполнителя AP\$ENT:

*«Но звонок — тебе грозит срок за пару строк.
Да, тут так себе вайб.
Видимо, пора. Ну что ж, бывай, родный край!»
«Я бы до зари с тобой мог говорить,
Но тебе снова пора.
Как всегда, какие-то дела с утра».*

В отличие от того, что мы можем слышать в нарративах традиционной маскулинности, здесь просматривается уважение к потребностям женщины, готовность поступиться своим комфортом чтобы остаться рядом с партнершей, готовность следовать за женщиной, позволять ей принимать ключевые решения.

В кинематографе тема семейных и детско-родительских отношений поднимается активнее. Так, например, в фильме «Дурак» женщина ожидает, что ее супруг, несмотря на собственное желание и мнение, должен обеспечивать и улучшать качество жизни их семьи:

– *Всю жизнь: «Нам чужого не надо, нам чужого не надо». А у нас вон, ни чужого, ни своего. Вот ты и сидишь правильный, в грязи всю жизнь. А толку?*
– *Рот закрой. Достала.*

- *Да кому ты нужен, пыли кусок. Ты и тут-то всем надоел.*
 – *Правильно. Тебе в первую очередь. Все, понимаешь, воруют, все как могут, а я нет.*
 – *А ты болта сраного в дом не принес. Вон трубы текут, а тебе похрен. Карасёвы и те заменили*⁵.

Мужчин, реализующих и транслирующих ролевые модели «нового» отца в проанализированном нами материале гораздо меньше, однако включенные отцы присутствуют в спортивных драмах «Хоккейные папы» и «Лёд 3». В фильме «Хоккейные папы» отцы стали героями для своих детей в попытках сохранения ледового дворца, где занимались их сыновья⁶. В киноленте «Лёд 3» разворачивается история, в которой главный герой растит дочку один, поэтому в родительстве во многом через него транслируется образ родителя, который заботится о своем ребенке, включен в воспитание и т. д. Образ отца-одиночки крайне нетипичен для российских фильмов:

- *Стоять! А чего мы хромаем?*
 – *Пап, всё нормально!*
 – *А ну-ка, давай, иди на меня. Надюх, я вижу, ты хромаешь!*⁷

Нельзя сказать, что герои этих двух фильмов обладают преимущественно чертами новой маскулинности, но в российском контексте в них можно увидеть зачатки «новых» отцов, противопоставленных отстраненным, прибегающим к наказаниям и жестокости — «традиционным».

1.2. Нормы поведения

Традиционная маскулинность содержит нормы твердости, убеждение в том, что мужчине требуется физическая сила, эмоциональная твердость, готовность рисковать. Он также придерживается норм антиженственности и гетеросексуальности (выраженной через гомофобию), мужчина не может позволить себе обладать феминными чертами. Также зачастую встречается ориентация на обезличенные сексуальные отношения, которые только подчеркивают статус и силу. Нормы новой маскулинности, которые предстают гораздо реже, транслируют эмоциональную открытость мужчины, его физическая сила не центральна и не является решающим аргументом. Новая маскулинность допускает мягкость, заботу о внешнем виде (которая не приравнивает мужчину к гомосексуалисту). Мужчина уважительно относится ко всем дискриминируемым социальным группам, в том числе к женщинам.

Романтизация физического насилия и высокая толерантность к побоям активно представлена в музыке. Рассмотрим несколько цитат. Дуэт А.V.G. и Макана «Спой»:

- «Улица болеет, но врача не ждёт.
 И на очередном нас тут занесёт.
 На асфальте кровь, новый поворот.*

⁵ Дурак (2006): драма: видеофильм / реж. Ю. Быков. 01:56:02 (время воспроизведения). URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/808639/> (дата обращения: 07.10.2024). Доступно на: hd.kinopoisk.ru: онлайн-сервис.

⁶ Хоккейные папы (2023): семейный фильм: видеофильм / реж. А. Булатов. 02:10:23 (время воспроизведения). URL: https://hd.kinopoisk.ru/film/76b0a3c87afd45d1a31691316717da19?content_tab=overview&from_block=kp-button-online (дата обращения: 07.10.2024). Доступно на: hd.kinopoisk.ru: онлайн-сервис.

⁷ Лёд 3 (2024): спортивная драма: видеофильм / реж. Ю. Хмельницкий. 02:13:54 (время воспроизведения). URL: https://hd.kinopoisk.ru/film/011a201fd056462fa468ccb8f01a6ffb?from_block=kp-button-online (дата обращения: 07.10.2024). Доступно на: hd.kinopoisk.ru: онлайн-сервис.

*Тут выдыхают дым в потолок с Афгана.
Я прожигаю опыт, это рана за раной.
Я любил, но чаще это дама за дамой».*

Кинематограф отражает также традиционные представления о нормах мужского поведения. В фильме «Война» есть сцена, в которой отец хвалит сына за участие в боевых действиях. Отец с горечью говорит, что хотел бы встать и пойти на войну:

«А это хорошо, что ты на войне-то был. Война из парня мужика делает. А мужиком быть правильно. В мужике сила. Всё на нём держится»⁸.

Индустрия музыки всё так же оказывается более открытой к новым формам мужественности, поэтому можно найти такие строки:

*«Я расплываюсь
В улыбке, как дурак,
Как шоколадка
На лобовом окне».*

Это текст песни «Шоколадка» исполнительницы Минаевой, в которой мужчина предстает эмоционально-уязвимым, он не стремится демонстрировать силу перед девушкой, в которую влюблен.

1.3. Языковые признаки

Языковые признаки традиционной маскулинности логично продолжают нормы поведения. Мужчина нарочито груб, часто прибегает к угрозам и насмешкам, всеми способами старается подчеркнуть в себе «мужское», отвергнуть «женское». Для новой маскулинности характерно проявление эмпатии, готовность к открытому диалогу, использование мягких формулировок в процессе коммуникации.

В музыке мужские образы в подавляющем большинстве прибегают к традиционным языковым признакам. В песне «Далеко», написанной Bushido Zho, автор прибегает к нарочитой грубости, укреплению авторитета через агрессию:

*«Крысы завидуют, крысы боятся.
Порву ваши ж*ны раз и навсегда».*

Песня, которая долгое время держалась на вершине чарта, — «Последняя любовь» рэпера MORGENSHTERN⁹ — построена на гиперболизации всех негативных черт традиционной маскулинности. Лирический герой осознает всё, что делает болезненного, но понимает, что его выберут и он будет востребован как романтический партнер именно таким:

*«И я подонок, я изменщик, я gaslighter и абьюзер...
Я с детства знал, что все девчонки любят плохих парней»¹⁰.*

Если говорить о языковых признаках в кинематографе, то проявление в нем традиционных черт можно заметить и по предыдущим цитатам. Отметим фильм, в котором герои проявляют языковые признаки новой маскулинности. В фильме «Хоккейные папы»

⁸ Война (2002): боевик: видеофильм / реж. А. Балабанов. 01:59:55 (время воспроизведения). URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/41431/> (дата обращения: 07.10.2024). Доступно на: hd.kinopoisk.ru : онлайн-сервис.

⁹ Признан Минюстом РФ иностранным агентом. Дата принятия Минюстом России решения о включении в реестр: 06.05.2022.

¹⁰ Материал произведен иностранным агентом Моргенштерном Алишером Тагировичем. Дата принятия Минюстом России решения о включении в реестр: 06.05.2022.

Артем в течение всего фильма совершает негативные поступки в благих целях. Несмотря на это показывается его связь с отцом, и через его доброту и любовь Артем обретает уверенность перед финальной игрой.

– *Я сейчас смотрю твой матч и понимаю, какого сына я воспитал. Я понимаю: я — счастливый человек! Я горжусь тобой, сын! Знаешь что? Забей гол! Забей такой классный гол — это будет лучшее лекарство для меня! Я верю в тебя, Артём!*

– *Пап, я тебя люблю!*

– *И я тебя, сын!*¹¹

1.4. Профессиональная успешность

Как уже было сказано, традиционная маскулинность предполагает, что мужчина — добытчик, его финансовый статус очень важен для него и его партнерши. Работе по сравнению с личными отношениями придается большая важность. Для мужчин, носителей новой маскулинности, работа — лишь одна из сфер жизни, равная другим.

Иронично о важности финансового благополучия для мужчины сказано в песне «ГЛАМУР», которую исполняют ARTEM SHILOVETS, Nkeeee и Unique:

*«наш лайв стайл
гламур
бабки
гламур
иномарки
а а»*

Найти фрагмент, напрямую подчеркивающий важность финансового статуса и само-реализации для мужчины, в проанализированных фильмах не удалось. Везде эта идея присутствует как убеждение, что карьера центральна для настоящего мужчины.

Представления о профессиональной успешности, характерные для новой маскулинности, также не были найдены в рассмотренном эмпирическом материале.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, анализ русскоязычных медиапродуктов свидетельствует о доминировании традиционных представлений о мужественности, ассоциируемых с агрессией, эмоциональной закрытостью и культом силы в массовой культуре.

Из 46 песен, проанализированных при помощи указанного выше классификатора, образы традиционной маскулинности прослеживались в 66,67 % случаев, 22 % репрезентировали новую маскулинность, и только 11 % не брали в основу сюжета межличностные отношения и мужские образы. В фильмах образы традиционных мужчин были представлены в 82 % проанализированных произведений.

Можно сделать вывод, что в наиболее популярных произведениях русскоязычной массовой культуры происходит нормализация деструктивного мужского поведения, такого как алкоголизм и агрессия. В отдельных случаях можно наблюдать романтизацию подобного поведения, его противопоставление феминным чертам среди мужчин.

¹¹ Хоккейные папы (2023): семейный фильм: видеофильм / реж. А. Булатов. 02:10:23 (время воспроизведения). URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/4920181/> (дата обращения: 07.10.2024). Доступно на: hd.kinopoisk.ru: онлайн-сервис.

Важно отметить, что потребителями массовой культуры являются в той или иной мере почти все жители России. Согласно аналитике¹² трафика Яндекс.музыки, в месяц ресурс посещает порядка 80,5 млн человек, из которых 60,7 % составляют мужчины. 54,91 % мужской аудитории Яндекс.музыки находится в возрасте от 18 до 34 лет. В этой ситуации сложно переоценить роль массовой культуры в формировании ролевых моделей в межличностных отношениях.

Однако появляются и новые модели маскулинности, представленные в кино, музыке и других сферах культуры. Эти модели характеризуются эмоциональной открытостью, заботой о близких, развитым чувством ответственности и стремлением к саморазвитию. Такие герои, как правило, не боятся проявлять слабость и ищут поддержки у окружающих. Такие фильмы, как «Хоккейные папы», «Доктор» и «Лед 3», и некоторые музыкальные композиции свидетельствуют о сдвиге в сторону нормализации проявления «иной» маскулинности. В этих произведениях мужчины — герои с развитым эмоциональным интеллектом, они представляют собой включенных отцов, равных романтических партнеров. Эти кейсы предполагают тонкую, но существенную социальную перестройку, благодаря которой освещается потребность мужчин в проявлении уязвимости и в эмоциональных связях с другими людьми.

Несмотря на эти позитивные изменения, традиционные представления о мужественности остаются преобладающими в массовой культуре и оказывают значительное влияние на формирование мужской идентичности и типа поведения.

Как отмечалось во введении, в России очень высокий процент разводов. Материалы нашего исследования показывают, что пока у зрителей и слушателей более популярна традиционная маскулинность, она признается нормой, но, возможно, в реальной жизни женщины не готовы мириться с агрессией и насилием со стороны своих мужей, поэтому предпочитают браку развод. Это актуализирует задачу репрезентировать в массовой культуре ненасильственные практики решения конфликтных ситуаций, партнерские модели отношений и «новые» подходы к воспитанию детей. Увидев новую маскулинность на экране и услышав ее в песнях, российские мужчины поймут, что есть альтернатива традиционной (гегемонной) маскулинности. На самом деле этот процесс уже идет. Его описанию будет посвящена вторая статья, в которой будут проанализированы запросы о маскулинности пользователей рунета.

Литература:

1. Белая, Е. К. К-рор, социальные сети, гендерные представления: проблемы презентации и восприятия (на примере творчества группы BTS) / Е. К. Белая, М. А. Кашина // Управленческое консультирование. – 2022. – № 11 (167). – С. 69–75.
2. Дадаева, Т. М. Кто они, герои эпохи? Или образы маскулинности в российском кинематографе (анализ советского и постсоветского кино) / Т. М. Дадаева, П. С. Портнов // Огарев-online. – 2020. – № 9. – С. 8–9.
3. Здравомыслова, Е. А. Что такое «маскулинность»? Понятийные отмычки критических исследований мужчин и маскулинностей / Е. А. Здравомыслова, А. А. Тёмкина // Мониторинг. – 2018. – № 6 (148). – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.03>
4. Игаева, К. В. Трансформация маскулинности в рекламе середины XX – начала XXI вв. / К. В. Игаева, Н. В. Шмелева // Международный журнал исследований культуры. – 2020. – № 1 (38). – С. 123–125. – DOI: 10.24411/2079-1100-2020-00009

¹² Анализ трафика Яндекс.музыки за декабрь 2024 показал, что в месяц ресурс посещают 80,5 млн человек. Источник: SimilarWeb [электронный ресурс]. – URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/music.yandex.ru/#overview> (дата обращения: 28.01.2025).

5. Клецина, И. С. Нормы женского поведения: традиционная и современная модели / И. С. Клецина, Е. В. Иоффе // *Женщина в российском обществе*. – 2019. – № 3. – С. 72–90.
6. Клецина, И. С. Нормы мужского и женского поведения в оценках студенческой молодежи / И. С. Клецина, Е. В. Иоффе // *Южнороссийский журнал социальных наук*. – 2016. – № 3. – С. 61–72.
7. Кон, И. С. Маскулинность в меняющемся мире [Электронный ресурс] / И. С. Кон // Электронный сборник статей портала психологических изданий PsyJournals.ru. – 2011. – Т. 3, № 2011-1.
8. Куимов, В. С. Проблема типологии маскулинности в гендерных исследованиях / В. С. Куимов // *Теория и практика общественного развития*. – 2015. – № 4. – С. 26–30.
9. Мордвинов, А. А. Маскулинность в работах Р. Коннелл и Дж. Мосса: культурный VS социально-экономический детерминизм / А. А. Мордвинов, К. В. Игаева // *Вестник ВятГУ*. – 2018. – № 2. – С. 30–34.
10. Сухушина, Е. В. Современные образы маскулинности / Е. В. Сухушина, М. О. Абрамова, А. Ю. Рыкун // *Векторы благополучия: экономика и социум*. – 2017. – № 4 (27). – С. 168–177.
11. Сычев, А. А. «Новая этика» в экспертной оценке академического сообщества: социокультурные основания и нормотворческие перспективы / А. А. Сычев, Н. В. Жадунова // *Интеграция образования*. – 2024. – Т. 28, № 3. – С. 469–482. – URL: <https://doi.org/10.15507/1991-9468.116.028.202403.469-482>
12. Хитрук, Е. Б. Концепция гегемонной маскулинности в теории Рэйвин Коннелл: от XX к XXI столетию / Е. Б. Хитрук // *Социологический журнал*. – 2017. – № 4. – С. 10–19.
13. Butler, J. (1999). *Gender Trouble: Tenth Anniversary Edition* (2nd ed.) / J. Butler. – Routledge. – <https://doi.org/10.4324/9780203902752>
14. Diefendorf, S. (2020). On the enduring relationship between masculinity and homophobia / S. Diefendorf, T. Bridges // *Sexualities*. – Vol. 23, No. 7. – Pp. 1264–1284. <https://doi.org/10.1177/1363460719876843>
15. Fiske, J. (2010). *Understanding popular culture* / J. Fiske. – Routledge. – <https://doi.org/10.4324/9780203837177>
16. Gill, R. (2007). *Gender and the Media* / R. Gill. – Polity. – <https://archive.org/details/gendermedia0000gill>
17. Jenkins, H. (2008). *Convergence culture* / H. Jenkins, M. Deuze // *Convergence*. – Vol. 14, No. 1. – URL: <https://hostnezt.com/cssfiles/journalism/Convergence%20Culture%20Where%20Old%20and%20New%20Media%20Collide%20By%20Jenkins.pdf>
18. Konopka, K. et al. (2021). The role of masculinity threat in homonegativity and transphobia // *Journal of Homosexuality*. – Vol. 68, No. 5. – Pp. 1–24. – <https://doi.org/10.1080/00918369.2019.1661728>
19. Kord, S. (2013). Contemporary Hollywood masculinities: gender, genre, and politics / S. Kord, E. Krimmer. – Springer. – URL: <https://archive.org/details/contemporaryholl0000kord>
20. Waling, A. (2019). Problematising ‘toxic’ and ‘healthy’ masculinity for addressing gender inequalities / A. Waling // *Australian Feminist Studies*. – Vol. 34, No. 101. – Pp. 1–14. – <https://doi.org/10.1080/08164649.2019.1679021>

References:

1. Belaya E. K., Kashina M. A. Belaya, E. K. K-pop, social media, gender representations: issues of presentation and perception (using the example of BTS group creativity) / E. K. Belaya, M. A. Kashina // *Management Consulting*. – 2022. – No. 11 (167). – Pp. 69–75.

2. Dadaeva, T. M. Who are they, the heroes of the era? Or images of masculinity in Russian cinematography (analysis of Soviet and post-Soviet cinema) / T. M. Dadaeva, P. S. Porthnov // *Ogaryov-online*. – 2020. – No. 9. – Pp. 8–9.
3. Zdravomyslova, E. A. What is “masculinity”? Conceptual keys to critical studies of men and masculinities / E. A. Zdravomyslova, A. A. Temkina // *Monitoring*. – 2018. – No. 6 (148). – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.03>
4. Igaeva, K. V. Transformation of masculinity in advertising from the mid-20th to the early 21st centuries / K. V. Igaeva, N. V. Shmeleva // *International Journal of Cultural Studies*. – 2020. – No. 1 (38). – Pp. 123–125. – DOI: 10.24411/2079-1100-2020-00009
5. Kletcina, I. S. Norms of female behavior: traditional and modern models / I. S. Kletcina, E. V. Ioffe // *Woman in Russian Society*. – 2019. – No. 3. – Pp. 72–90.
6. Kletcina, I. S. Norms of male and female behavior in the assessments of student youth / I. S. Kletcina, E. V. Ioffe // *South-Russian Journal of Social Sciences*. – 2016. – No. 3. – Pp. 61–72.
7. Kon, I. S. Masculinity in a changing world [Electronic resource] / I. S. Kon // *Electronic collection of articles from the portal of psychological publications PsyJournals.ru*. – 2011. – Vol. 3, No. 2011-1.
8. Kuimov, V. S. The problem of masculinity typology in gender studies / V. S. Kuimov // *Theory and Practice of Social Development*. – 2015. – No. 4. – Pp. 26–30.
9. Mordvinov, A. A. Masculinity in the works of R. Connell and J. Moss: cultural vs socio-economic determinism / A. A. Mordvinov, K. V. Igaeva // *Bulletin of Vyatka State University*. – 2018. – No. 2. – Pp. 30–34.
10. Sukhushina, E. V. Modern images of masculinity / E. V. Sukhushina, M. O. Abramova, A. Yu. Rykun // *Vectors of Well-being: Economy and Society*. – 2017. – No. 4 (27). – Pp. 168–177.
11. Sychev, A. A. “New ethics” in the expert assessment of the academic community: socio-cultural foundations and normative perspectives / A. A. Sychev, N. V. Zhadunova // *Integration of Education*. – 2024. – Vol. 28, No. 3. – Pp. 469–482. – URL: <https://doi.org/10.15507/1991-9468.116.028.202403.469-482>
12. Khitruck, E. B. The concept of hegemonic masculinity in Raewyn Connell’s theory: from the 20th to the 21st century / E. B. Khitruck // *Sociological Journal*. – 2017. – No. 4. – Pp. 10–19.
13. Butler, J. (1999). *Gender Trouble: Tenth Anniversary Edition* (2nd ed.) / J. Butler. – *Routledge*. – <https://doi.org/10.4324/9780203902752>
14. Diefendorf, S. (2020). On the enduring relationship between masculinity and homophobia / S. Diefendorf, T. Bridges // *Sexualities*. – Vol. 23, No. 7. – Pp. 1264–1284. <https://doi.org/10.1177/1363460719876843>
15. Fiske, J. (2010). *Understanding popular culture* / J. Fiske – *Routledge*. – <https://doi.org/10.4324/9780203837177>
16. Gill, R. (2007). *Gender and the Media* / R. Gill. – *Polity*. – <https://archive.org/details/gendermedia0000gill>
17. Jenkins, H. (2008). *Convergence culture* / H. Jenkins, M. Deuze // *Convergence*. – Vol. 14, No. 1. – URL: <https://hostnezt.com/cssfiles/journalism/Convergence%20Culture%20Where%20Old%20and%20New%20Media%20Collide%20By%20Jenkins.pdf>
18. Konopka, K. et al. (2021). The role of masculinity threat in homonegativity and transphobia // *Journal of Homosexuality*. – Vol. 68, No. 5. – Pp. 1–24. – <https://doi.org/10.1080/00918369.2019.1661728>
19. Kord, S. (2013). *Contemporary Hollywood masculinities: gender, genre, and politics* / S. Kord, E. Krimmer. – *Springer*. – URL: <https://archive.org/details/contemporaryholl0000kord>

20. Waling, A. (2019). Problematism 'toxic' and 'healthy' masculinity for addressing gender inequalities / A. Waling // Australian Feminist Studies. – Vol. 34, No. 101. – Pp. 1–14. – <https://doi.org/10.1080/08164649.2019.1679021>

Приложение 1

Классификатор контент-анализа типов маскулинности: традиционной (гегемонной) и новой (протестной)¹³

Смысловые единицы, категории анализа	Единицы счета	
	Традиционная маскулинность	Новая маскулинность
Отношение к партнерству/родительству	Авторитарность	Равенство / партнерская модель отношений
	Отношение к членам семьи как к подчиненным	
	Запреты и наказания детей	Включенное воспитание детей
	Алкоголизм как норма	Следование здоровому образу жизни
	Насилие (физическое, психологическое, сексуализированное)	Заботливое отношение к семье
	Норма статуса: <i>мужчина должен в первую очередь состоять в профессии, быть добытчиком, главой семьи / Вертикальные социальные связи</i>	Горизонтальные социальные связи: <i>отражает фокус на развитие равноправных взаимодействий между людьми, основанных на взаимопомощи и не зависящих от статуса, власти и иерархии</i>
Нормы поведения	Норма твердости: <i>мужчине требуется физическая сила, эмоциональная твердость и готовность рисковать</i>	Эмоциональная открытость, физическая сила — не центральный признак мужчины
	Норма антиженственности	Мягкость в отношениях, забота о внешнем виде
	Гетеросексуальность / гомофобия	Уважение к женщинам, принятие / не отрицание фемининности в себе и партнере
	Ориентация на обезличенные сексуальные отношения (мужчина-мачо)	В сексуальных отношениях важна личность партнера
	Негативное отношение к дискриминируемым социальным группам, равное отношение только к другим гетеро-мужчинам	Выражение искренних эмоций и чувств, уважительное отношение ко всем социальным группам
Языковые признаки	Угрозы и насмешки	Проявление эмпатии
	Вербальное подчеркивание мужественности/уничтожение женственности	Осмысленные диалоги / готовность к диалогу
Профессиональная успешность	Финансовый статус, отведение особой роли и важности работе по сравнению с личными отношениями	Работа — лишь одна из сфер жизни, отсутствие акцента на уровне заработка в межличностных контактах

Приложение 2

Список проанализированных песен¹⁴:

№	Название композиции	Автор композиции
1	Дарите женщинам цветы	Jazzdauren
2	Можно я с тобой	AP\$ENT
3	Далеко	Bushido Zho
4	Матушка	Татьяна Куртукова
5	Последняя Любовь	MORGENSHTERN ¹⁵

¹³ Составлено авторами по материалам статей: И. С. Клецина, Е. В. Иоффе. «Нормы женского поведения: традиционная и современная модели», «Нормы мужского и женского поведения в оценках студенческой молодежи»; И. С. Кон. «Маскулинность в меняющемся мире».

¹⁴ Составлено авторами на основании чарта Яндекс.музыки. Было проведено две загрузки композиций (28.05.2024 и 27.08.2024)

¹⁵ Признан Минюстом РФ иностранным агентом. Дата принятия Минюстом России решения о включении в реестр: 06.05.2022.

Окончание табл.

№	Название композиции	Автор композиции
6	Харизма	Wallem
7	Пожары	Holidayboy
8	Поезда	Женя Трофимов и Комната культуры
9	Про Неё	TIGO & Wallem
10	Селфхарм	Монеточка ¹⁶
11	Дым	JONY и Егор Крид
12	Мир	Гио Пика
13	Дорога дальняя	Jakone
14	Царица	Анна Асти
15	Это было в России	Монеточка ¹⁷
16	Были бы крылья	Merab Amzoevi
17	Она безумна	Mult96 и Wallem
18	Наполняй	Miyagi, TumaniYO
19	ПОДАРОК	АКУЛИЧ и Молодой Платон
20	Какая?	Whyspurky
21	Дымок	Ицык Цыпер
22	juice	Дарьяна
23	Громче города	NILETTO, Лёша Свик и Олег Майами
24	Давай сбежим (Искорки)	5УТРА
25	Пыяла	Ангел
26	я не могу тебя найти	Слава Марлоу
27	Спой	A.V.G и Макан
28	Прощание	Три дня дождя
29	Асфальт	Jasone
30	GODZILLA	BEARWOLF
31	Supersonic	Big Baby Tape, Aarne
32	Ameli	Big Baby Tape, Aarne, Toxi\$
33	Привыкаю	MACAN
34	Шоколадка	Минаева
35	SOS	Aarne, BUSHIDO ZHO
36	ГЛАМУР	ARTEM SHILOVETS, Nkeeei, и Unique
37	Ревную	Aarne, BUSHIDO ZHO
38	Айдахар	Ирина Кайратовна
39	Горы	BLIZKEY
40	Мир	Гио Пика, MIRAVI
41	Как je	MACAN
42	Заново	MACAN
43	Как быть	BUTTUEV, NANSI&SIDOROV
44	Zachem	6YNTHAME, 5sta Family, BAbyBoi
45	Самолеты	Женя Трофимов
46	Лагерная	FRIENDLY THUG 52 NGG, SALUKI

Приложение 3

Список проанализированных фильмов¹⁸

№	Название фильма	Год выпуска	Режиссер
1	Брат	1997	Алексей Балабанов
2	Брат-2	2000	Алексей Балабанов
3	В августе 44-го	2001	Михаил Пташук
4	Крик тишины	2019	Владимир Потапов
5	Доктор	2022	Артем Темников

¹⁶ Признан Минюстом РФ иностранным агентом. Дата принятия Минюстом России решения о включении в реестр: 20.01.2023.

¹⁷ Признан Минюстом РФ иностранным агентом. Дата принятия Минюстом России решения о включении в реестр: 20.01.2023.

¹⁸ Составлено авторами на основании чарта Кинопоиска. Было проведено две выгрузки произведений (28.05.2024 и 27.08.2024)

Окончание табл.

№	Название фильма	Год выпуска	Режиссер
6	Дурак	2014	Юрий Быков
7	Балканский рубеж	2019	Андрей Волгин
8	Небо	2021	Игорь Копылов
9	Война	2002	Алексей Балабанов
10	Подольские курсанты	2020	Вадим Шмелев
11	Ворошиловский стрелок	1999	Станислав Говорухин
12	Легенда № 17	2013	Николай Лебедев
13	Лед 3	2024	Юрий Хмельницкий
14	Хоккейные папы	2023	Андрей Булатов
15	Особенности национальной охоты	1995	Александр Рогожкин
16	День выборов	2007	Олег Фомин
17	О чем говорят мужчины	2010	Дмитрий Дьяченко

Для цитирования / For citation:

Жаркова Д. В., Зайцева А. В., Попова Д. М. Гегемония традиций. Часть 1. Образы маскулинности в популярном русскоязычном кинематографе и музыкальных хитах // Новизна. Эксперимент. Традиции (Н.Экс.Т). – 2025. – Т. 11. – № 1 (29). – С. 16–30.