

Національний університет "Києво-Могилянська Академія"

Факультет соціальних наук і соціальних технологій

Кафедра соціології



Письмова робота на тему:

Маскулінність київських водіїв маршруток

Виконали:

Мочула Назарій

Пташка Катерина

Семашина Марія

Перевірила:

доцентка кафедри соціології

Тамара Марценюк

Київ-2012

Зміст

1. Вступ.....	3
2. Теоретичний аналіз маскулінності	4
2.1. Концепт маскулінності. Типи відносин між маскулінностями.....	4
2.2. Маскулінності в українському контексті.....	6
2.3. «Маскулінність, що не відбулася» на пострадянському просторі.....	7
3. Емпіричний аналіз маскулінності	9
3.1 Маскулінність співучасті.....	9
3.2 Маскулінність, яка не відбулася.....	13
4. Зовнішній вигляд маршрутчиків.....	18
5. Висновки.....	18
6. Список літератури.....	20
7. Додатки (УВАГА! Не подано з етичних міркувань).....	22

Вступ

Гендерний розподіл вкорінений в усіх сферах життя, а особливо – в роботі. Вважається, що чоловіки та жінки мають різні якості, здібності та можливості, дані їм від природи. Ця теза є базисом в розподілі професій на традиційно «чоловічі» та «жіночі». Поширеними є твердження, що жінки не орієнтуються в просторі, не вміють логічно мислити, а тому не розбираються в техніці - це скоріше чоловічі здібності, а не жіночі. Тому професія водія, маршрутчика сприймається як традиційно чоловіча. На сьогоднішній день в Києві існує близько двохсот маршрутів, по яких курсують декілька маршрутних таксі. Таким чином, кількість водіїв маршруток у Києві – достатньо велика. У нашому буденному житті існує уявлення про маршрутчиків як про брутальних невічливих чоловіків, які матюкаються, курять, слухають шансон та ліплять іконки на внутрішнє лобове скло. Тому нам стало цікаво дослідити детальніше специфіку маскулінності чоловіків-маршрутчиків, що ми, власне, і зробимо у цій роботі. Актуальність нашої роботи полягає в тому, що ця тема досі залишалася поза увагою дослідників.

Об'єктом нашого дослідження є водії маршруток, а предметом, відповідно, - маскулінність київських чоловіків-маршрутчиків.

Мета нашої роботи полягає у визначенні особливостей маскулінності водіїв маршруток та виявленні її місця в структурі маскулінностей. Зазначена мета передбачає виконання таких завдань: 1) описати структуру маскулінностей; 2) за допомогою аналізу інтерв'ю виявити риси, притаманні водію маршрутчика, зіставити образ гегемонної маскулінності з образом чоловіка-маршрутчика, виявити відповідність/невідповідність, можливі протиріччя; 3) визначити місце маскулінності водія маршрутчика в структурі маскулінностей.

Методологічна база дослідження. Для отримання необхідної інформації стосовно образу чоловіка-маршрутчика ми провели чотири глибинних напівструктурованих інтерв'ю. Також проведемо якісний контент-аналіз декількох фотографій водіїв маршруток для опису їхнього зовнішнього вигляду. Таким чином, транскрипти інтерв'ю та фотографії слугуватимуть нам первинним джерелом. Задля підтвердження своїх аргументів ми використали у якості вторинного джерела статистичні дані щодо стану та причин аварійності в столиці за 10 місяців, взятих на офіційному сайті управління ДАІ в місті Києві, а також результати соціологічного опитування «Чи відчуваєтеся Ви господарем своєї держави?», проведеного соціологічною службою Центру Разумкова.

1.1. Теоретичний аналіз маскулінності

1.2. Концепт маскулінності. Типи відносин між маскулінностями

Щоб розібратися, яке місце в структурі маскулінностей займає маскулінність київських водіїв маршруток, необхідно спочатку визначити особливості цієї структури. Тому, по-перше, пропонуємо розглянути сам концепт маскулінності. Логічно, із самої назви випливає – набір певних рис та практик, які притаманні чоловіку. Ш. Бьорд визначає це так: «Маскулінність – це поняття, яке означає соціально сконструйовані очікування, що стосуються поведінки, уявлень, переживань, стилю соціальної взаємодії, що притаманно чоловікові та представлено в певній культурі та субкультурі в певний проміжок часу»¹. Проте одразу потрібно зазначити, що говорити про маскулінності можна тільки в множині, бо, як зазначає Е. Мещеркіна, посилаючись на Р. Коннелл, єдиного зразку маскулінності не існує². Р. Коннелл також наголошує на тому, що маскулінність – це не ізольований об'єкт, це аспект ширшої структури³. Звичайно, у будь-якому суспільстві є певний усталений образ чоловічності, проте не всі чоловіки повністю стандартизовані під нього підпадають. Р. Коннелл навіть говорить, що під цей образ підпадає меншість чоловіків⁴. Тим не менше, в тієї більшості чоловіків також є різноманіття «чоловічностей», але які певним чином відхиляються від усталеної або «гегемонної», як її називає Р. Коннелл. Так, є маскулінність гетеросексуальних бізнесменів, а є маскулінність гомосексуалів. Таким чином, ці різні маскулінності існують, причому одні маскулінності є більш соціально центральними, а інші менше асоціюються з суспільною владою⁵. Отже, між ними вибудовуються деякі зв'язки. Р. Коннелл стверджує, що природа цих відносин – ієрархічна; вона також розрізняє чотири типи цих відносин.

Перший тип – гегемонія. Концепція гегемонії співвідноситься з культурною динамікою, тобто у будь-який проміжок часу одна форма маскулінності може підноситися над іншими в культурному плані⁶. Р. Коннелл також визначає гегемонну маскулінність як «конфігурацію гендерної практики, яка втілює актуальну на даний момент відповідь на питання щодо легітимності патріархату, яка гарантує домінантне становище чоловіків та субординацію жінок»⁷. Гегемонія встановлюється і в тому випадку, коли інституційна влада

¹ Бьорд Ш. Теоретизування маскулінності: сучасні тенденції в соціальних науках//Наслаждение бать мужчиной: западные теории маскулинности и постсоветские практики/ Под ред. Ш. Бьорд и С. Жеребкина. – СПб.: Алетейя, 2008. – С.7

² Мещеркина Е. Ю. Социологическая концептуализация маскулинности. – 2002. Режим доступа: [http://ecsocman.hse.ru/data/859/658/1216/002.MESHCHERKINA.pdf]

³ Connell R. W. The Social Organization of Masculinity (Chapter 3)/ Masculinities. – Polity Press, 2006. – P. 67

⁴ Connell R. W. The Social Organization of Masculinity (Chapter 3)/ Masculinities.. – Polity Press, 2006. – P. 79

⁵ Connell R. W. The Social Organization of Masculinity (Chapter 3)/ Masculinities.. – Polity Press, 2006. – P. 68

⁶ Коннелл Р. На захист маскулінності // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2003. – № 27. – С. 49-70// Режим доступу: [www.ji.lviv.ua/n27texts/connell.htm]

⁷ Там же.

пов'язана з груповим (або індивідуальним) ідеалом. І. Кон наголошує на тому, що: «Гегемонна маскуліність є публічним обличчям чоловічої влади, визначаючи, що означає бути «справжнім» чоловіком»⁸. За словами Р. Коннелл, у певний проміжок часу одна маскуліність займає домінуючу позицію над іншими та отримує інституційні привілеї – гроші, владу та ін.⁹. Також, як зазначає авторка, варто зважати на те, що «гегемонна маскуліність» - динамічний концепт, а тому впродовж історії вона зазнає змін¹⁰. Тобто через якийсь час під впливом певних змін, наприклад економічно-структурних, домінуюче місце може посісти взагалі інший образ маскуліності.

Другий тип – субординація, іншими словами - підпорядкування. Очевидно, що якщо є домінуючі маскуліності, то мають бути й маскуліності, які підпорядковуються цим домінуючим. Р. Коннелл згадує дуже яскравий приклад, який одразу кидається в очі, - це домінування гетеросексуальних чоловіків та субординація гомосексуалів - найпоширеніше явище в американському та європейському суспільствах¹¹. Та й в українському суспільстві можна спостерігати таке явище. Авторка наголошує, що геї – це найбільш помітна, але не єдина субординована маскуліність. Субординація може стосуватися і гетеросексуальних чоловіків або хлопчиків, вони також можуть бути виключеними з кола легітимності¹². Дійсно, згадаймо шкільні часи, як одні хлопці ображали інших та не приймали в своє коло, тому що вони не вписувалися в образ «нормального хлопця». Не вписався би, наприклад, товстий хлопчик-плакса або мамин улюбленець. Відповідно, такі маскуліності перебувають у субординації відносно образу нормального хлопця.

Наступним типом відносин Р. Коннелл називає співучасть. Буває так, що можна отримати щось непрямим шляхом. Наприклад, візьмемо випадок перемоги у війні однієї країни над іншою. Житель країни-переможця буде говорити: «Ми виграли війну!», - буде певним чином привласнювати цю перемогу і отримувати якісь блага від цієї події, проте особисто він не бігав з рушницею та не переховувався в окопах. Майже за таким принципом побудовані відносини співучасті інших маскуліностей з гегемонною. За словами Р. Коннелл, велика кількість чоловіків може отримувати патріархальні дивіденди і при цьому не втілювати в собі гегемонну маскуліність¹³. У соціальному житті, у шлюбі чоловікам все одно приходиться йти на компроміс із жінками, їм не потрібно завжди стверджувати свою

⁸ Кон І. С. Мужчина в меняющемся мире. – М.: Время, 2009.

⁹ Коннелл Р. На захист маскуліності // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2003. – № 27. – С. 49-70// Режим доступу: [www.ji.lviv.ua/n27texts/connell.htm]

¹⁰ Там же.

¹¹ Там же.

¹² Там же.

¹³ Там же.

владу або проявляти фізичну силу, застосовувати насилля, проте вони продовжують отримувати інституційні привілеї¹⁴.

Четвертий тип – маргіналізація. Р. Коннел зазначає: «Взаємодія гендеру з іншими структурами, такими як раса чи клас, творить подальші взаємостосунки в межах маскулінності». Расові, а також і класові відносини можуть бути надзвичайно важливими факторами, які впливатимуть на перебіг динамічних процесів всередині маскулінності. Як приклад, авторка наводить біле панування, інституційний гніт якого зумовлює формування чорної маскулінності. Аналогічний приклад з бідняками та заможним класом¹⁵.

2.1. Маскулінності в українському контексті

Як ми вже зазначали вище, концепт маскулінності – динамічний концепт, і його специфіка залежить від культурного контексту. Тому вважаємо доречним визначити основні особливості маскулінностей в українському суспільстві.

Дослідженню нормативної, або гегемонної, маскулінності було присвячено багато статей, які аналізують відповідь на питання: «Що означає бути справжнім чоловіком?». Р. Бренон сформулював чотири визначні риси нормативної маскулінності: 1) «без бабства» («no sissy stuff») - усе жіночне має бути ворожим чоловікові; 2) «великий бос» («the big wheel») – чоловік має бути першим в усьому, успішним, випереджати інших чоловіків; 3) «міцний дуб» («the sturdy oak») – чоловік має бути сильним та ніколи не проявляти слабкості; 4) «задай їм перцю» («give'em hell») – чоловік має не боятися насилля, проявляти його та бути крутим¹⁶. На базі цих принципів було створено "Бренонову шкалу маскулінності" (The Brannon Masculinity Scale — BMS) із 110 нормативних суджень для вимірювання традиційної маскулінності¹⁷. Американський психолог Д. Левант зі співавторами доповнили шкалу двома параметрами – гомофобії (ненависть і страх до гомосексуалів) та прийняття деперсоналізованої, не пов'язаної з партнерськими стосунками сексуальності¹⁸. Тобто, узагальнюючи, можна сказати, що традиційний образ справжнього чоловіка полягає у прояві сили, як фізичної, так і психологічної, беземоційності, самодостатності, недопущенні слабкості, досягненні успіху та першості, реалізації соціальної та економічної влади. На нашу думку, цей образ гегемонної маскулінності загалом відповідає сформованому ідеалу справжнього чоловіка в українському суспільстві.

¹⁴ Там же.

¹⁵ Коннелл Р. На захист маскулінності // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2003. – № 27. – С. 49-70// Режим доступу: [www.ji.lviv.ua/n27texts/connell.htm]

¹⁶ Кон І. С. Гегемонна маскулінність як чинник чоловічого (не)здоров'я//Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2008. - № 4.

¹⁷ Там же.

¹⁸ Там же.

2.2 «Маскулінність, що не відбулася» на пострадянському просторі

Кожний зі сценаріїв маскулінності передбачає свою завершеність, яка виражається в почутті особистісної вартісності й успішності, які розуміються як відповідність певним панівним стандартам і паттернам, узагальненим у гегемонній маскулінності. Проте «зриви сценаріїв» відбуваються в усіх суспільствах, і цей феномен відбиває поняття «маскулінності, що не відбулася» (failed masculinity). Це поняття підкреслює сутність маскулінності як проекту, який буває важко, а то й неможливо зреалізувати¹⁹.

І. Тартаковська вважає цей тип одним із найпоширеніших у пострадянських суспільствах. Його головна риса – визнання власної поразки у сфері кар'єри, а наслідок – «стихійна стратегія життєпідтримання», що полягає у визнанні нездоланності зовнішніх обставин, байдужому прийнятті долі, відмові від активних дій²⁰. Найчастіше провина за власні життєві проблеми перекладається на зовнішні чинники, переважно на державу²¹.

І. Тартаковська наголошує, що визначальним для маскулінності виявляється економічний критерій – «здатність бути компетентним споживачем»²², що виражає досягнутий рівень соціального успіху. Відповідно, незабезпечений чоловік, втрачаючи ці «ознаки гендерної компетентності», постає перед проблемою репрезентації себе як чоловіка в різноманітні повсякденних взаємодій.

Нереалізованість маскуліного сценарію спричиняє в чоловіків, що не змиряються зі статусом невдахи, суттєві додаткові обмеження, спрямовані на те, щоб уникнути «негідних чоловіка» занять. Чоловіки воліють іти на малооплачувані роботи, ніж на марковані як «не чоловічі». По-перше, саме професія постає найміцнішим підмурівком нормативного образу чоловіка, бо рід занять і рівень прибутків структурують ієрархію різних груп чоловіків²³. По-друге, загрожена маскулінність потребує постійного ствердження через протиставлення жінкам, дітям і гомосексуалам²⁴.

Проте і всередині групи чоловічих занять побутує поділ на «справжні» та «несправжні»: перші пов'язуються з політикою, економікою, юриспруденцією, військовою справою, рідше -

¹⁹ Тартаковская И. Н. Мужчины на рынке труда // Режим доступа: <http://www.nir.ru/sj/sj/sj3-02tar.html>

²⁰ Тартаковская И. «Несостоявшаяся маскулинность» как тип поведения на рынке труда // Гендерные отношения в современной России: исследования 1990-х годов: Сборник научных статей/ Под ред. Л.Н. Попковой, И.Н. Тартаковской. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2003. – 26 с. // http://library.gender-ehu.org/hms/attach.php/t_articles.files/id_271/Tartakovskaya.pdf. - С. 8, 10.

²¹ Тартаковская И. «Несостоявшаяся маскулинность» как тип поведения на рынке труда. С. 10.

²² Там само.

²³ Чернова Ж. В. «Мужская работа»: анализ медиа-репрезентаций // Гендерные отношения в современной России: исследования 1990-х годов: Сборник научных статей/ Под ред. Л.Н. Попковой, И.Н. Тартаковской. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2003 // http://library.gender-ehu.org/hms/attach.php/t_articles.files/id_275/Chernova.pdf. - С. 1-2.

²⁴ Шабурова О. Мужик не суетится или пиво с характером // О муже(N)ственности: Сборник статей, Сост. С.Ушакин, - Москва: Новое литературное обозрение, 2002. – С. 526.

творчою або інтелектуальною діяльністю²⁵, другі – зі сферою обслуговування²⁶. Бачимо, що «питомо чоловічі» сфери діяльності виявляються апріорі закритими для чоловіків, чия маскулінність страждає через низький соціальний і майновий статус. Тобто робота, яка має допомогти їм покращити своє економічне становище, водночас підриватиме їхню маскулінність через свою «невласне чоловічу» сутність. Це вимагає від чоловіків докладати більших зусиль на робочому місці²⁷ та збільшує психологічну напругу. Це також спричиняє те, що для найманого працівника сферою для самореалізації та репрезентації «автентичної мужності» стає дозвілля²⁸. А родина і дружні контакти сприймаються як «сфера безпеки»²⁹.

З іншого боку, невідповідність нормам гегемонної маскулінності на родинно-побутовому рівні часто компенсує ідентифікація з образом агресивного «мужика» через такі його риси, як пияцтво, бійки, членство в агресивних чоловічих компаніях, жорстока домашня тиранія щодо дружини й дітей³⁰.

І. Тартаковська зазначає, що вимушено обрана «чоловіча» робота «не дає достатніх підстав для позитивної самооцінки»³¹, працівник не знаходить у ній ресурсів для ствердження власної ідентичності й ставиться до неї інструментально, байдужо, а то й негативно. Чоловіки, змушені таким чином працювати на неприємній роботі, переважно не задоволені життям; підкоривши свої інтереси потребам виживання родини, вони не знаходять у роботі потрібних емоційних ресурсів і почуваються невдахами, постійно принижуваними, часто – несправедливо ображеними, обманутими, через що втрачають довіру до інших³² («Є різні друзі. Він сьогодні друг, а завтра може бути і не друг»; «Дуже багато нечесних»). При цьому найнапруженішими стають саме стосунки з іншими чоловіками, більше, ніж із жінками, бо порівняння з ними завжди загрожує власній маскулінності. Хоча, з іншого боку, для ствердження власної маскулінності чоловікам потрібно відчувати приналежність до «великого чоловічого тіла», яке «психологічно компенсує... слабкість і несамостійність в якості окремого індивіда»³³.

Одним із побічних ефектів такого стану справ стає поширений в радянській та пострадянській гендерній культурі чоловічий алкоголізм. Вживання алкоголю марковане

²⁵ Чернова Ж. В. «Мужская работа»: анализ медиа-репрезентаций. – С. 3.

²⁶ Тартаковская И. «Несостоявшаяся маскулинность» как тип поведения на рынке труда. – С. 11.

²⁷ Тартаковская И. Н. Мужчины на рынке труда.

²⁸ Чернова Ж. В. «Мужская работа»: анализ медиа-репрезентаций. – С. 13.

²⁹ Темкина А., Роткирх А. Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России // Социс. – 2002. – № 11. – С. 4-15 // <http://www.ecsocman.edu.ru/data/714/201/1218/002Temkina.pdf>. - С. 9.

³⁰ Кон И. Российские маскулинности. Советские сценарии маскулинности. – С. 127-178.

³¹ Тартаковская И. Н. Мужчины на рынке труда.

³² Там само.

³³ Кон И. Российские маскулинности. Советские сценарии маскулинности // Мужчина в меняющемся мире. – М.: Время, 2009. – С. 127-178.

позитивно, воно створює «образ автентичної мужності»³⁴, якщо чоловік «вміє пити» так, щоб це не впливало на виконання професійних обов'язків. Якщо ж він спивається, це сприймається як невдача маскулінного проекту. Крім того, «алкогольний аргумент»³⁵ виступає як підтвердження дорослості чоловіка.

Трохи інші висновки випливають із дослідження Є. Мещеркіної³⁶. Воно свідчить, що представники робочого класу менше рефлексують через невиконання маскуліної ролі, менш вразливі для габітусної невпевненості, а їхня маскулінна ідентичність будується не так на економічних здобутках, як на індивідуальних навичках, які набуваються внаслідок гомосоціального виховання й перебування в суворому чоловічому товаристві.

Отже, існує множина маскуліностей, що вступають між собою в ієрархічні відношення. Р. Коннел виділяє серед них відношення гегемонії, субординації, співучасті й маргіналізації. Гегемонна маскуліність, зокрема в українському суспільстві, передбачає фізичну та психологічну силу, беземоційність, самодостатність, недопущення слабкості, успішність, високий соціальний та економічний статус. Одним із найпоширеніших різновидів маскуліності на пострадянському просторі є «маскуліність, що не відбулася», пов'язана із професійною нереалізованістю, відчуттям власної поразки та відмовою від активних дій. Ставлення до роботи за таких умов стає інструментальним, байдужим чи негативним, підвищуються вимоги до власної маскуліності (одним зі способів її підтвердити є часте вживання алкоголю), а сферою її реалізації стають родина і дозвілля, при чому стосунки з іншими чоловіками одночасно загострюються та стають особливо важливими.

3. Емпіричний аналіз маскуліності

3.1. Маскуліність співучасті

Гегемонна маскуліність проявляє себе у повсякденних практиках як детермінуючий чинник, що змушує чоловіка робити те, що потрібно для самоствердження в ньому «справжнього чоловіка». Проблема гегемонної маскуліності в тому, що вона, навіть не будучи головним ідентитетом чоловіка, викликає певну кризу маскуліності, що призводить до пошуку чоловіком інших типів маскуліностей. Отож, розглянемо наші інтерв'ю, на які ми екстраполюємо типові сьогоденні маскуліності, які дозволять нам детальніше розглянути та зрозуміти гендерний портрет водія маршрутки.

На питання «Чому Ви обрали Вашу професію?» водії маршруток дали досить однакові відповіді. Так, проявляючи типову традиційну маскуліність, вони первинно виступали як

³⁴ Там само.

³⁵ Шабурова О. Мужик не суетится или пиво с характером. – С. 526.

³⁶ За: Кон И. Российские маскулинности. Несостоявшиеся мужчины и правильные мужики // Мужчина в меняющемся мире. – М.: Время, 2009. – С. 127-178.

годувальники сім'ї, що обрали цей нелегкий труд заради благополуччя своїх нащадків та дружини. Цікава реакція одного з водіїв, що підтвердив наші узагальнення щодо образу годувальника сім'ї : «Вот когда будет у Вас семья, тогда и поймете. Надо ж ее как-то кормить, обеспечивать какую-то копейку зарабатывать. Вот и пашешь сутками на этой работе... Потому что, б..., невыносимо. Десять лет я уже маршрутчиком работаю. Б...Нервы на пределе...». Респондент відзивався вкрай негативно про свою роботу ще й до того, використовуючи нецензурну лексику, що свідчить про внутрішній дуалізм, адже він працює на своїй роботі вже 10 років. Соціальний обов'язок годувальника сім'ї, нав'язаний гендерною ідентичністю, змушує водія маршрутки, попри стрес, якого він зазнає під час роботи, залишитись на вакансії, не звільнитись і не шукати щось інше, більш оплачуване. Досить подібними є й реакції інших водіїв, проте вони не так афективно виражені, як у цього респондента. І хоча у всіх маршрутчиків потреба матеріального забезпечення сім'ї стала головною запорукою їхньої тривалої роботи на цій вакансії, тут варто виділити професійну зорієнтованість цієї суспільної групи: «Я цю професію обрав 30 років тому, мені вже 50 рік, я з 63-го року народження, значить професію обрав: в 15 років в училищі трактористів, майстрів широкого профілю закінчив і на курси водія, ну там армія, а після армії, як сі кажеться по-українські, по-руські «непосредственно» іменно на транспорті і з них 20 років перевозка людей, на «ліазі» ще працював за часів союзу». Тобто причиною вибору професії є і професійна орієнтація водіїв, що змусила їх зосередитись на своєму профілі та не шукати інших методів заробітку.

Щодо фактору ризику під час робочого дня, то більшість опитаних впевнено відповіли, що так, це дійсно небезпечна професія. Така позиція визначається через недостатню професійну підготовку деяких водіїв громадського транспорту. Тобто для того, щоб стати дійсно висококваліфікованим водієм, недостатньо лише пройти водійські курси – потрібно пройти освітній процес ще з професійного закладу: «...тому що, на жаль, водіїв сьогодні не випускають такими.. як би то сказати, щоб вони були сильно навчені для їзди на дорогах». Чоловіки інституціоналізують та формалізують свою професію, а також надають їй важливішого соціального статусу: «Але вона то хоч трохи важкувата, важка, але хоч чуть-чуть оплачується, тому що якщо зупиниться транспорт, то рух зупиниться, зупиниться життя». Виходячи з цього, можна зробити висновок, що чоловіки пишаються тим, що в них важка робота, що вони пройшли певну професійну підготовку, незважаючи на всі її негативи, вони виконують суспільно корисну роботу. Таке визначення своєї роботи та надання їй певних ширших та прерогативних сенсів дозволяє водію маршрутки відчувати владу та набути певних символічних ознак «гегемонної маскулінності», точніше, прагнення їх набути. Власне, цим прагненням і є співучасницька маскулінність, що є копіюванням гегемонної в нижчих прошарках суспільства, які де-факто відлучені від інституційної влади.

На підтвердження слів водіїв щодо ризикованості їхньої роботи думаю, що доцільно буде навести статистику з дорожнього руху: 1616 аварій відбулось за поточний рік, з них зафіксовано 1184, в яких винними були саме водії. Дана статистика говорить про недостатню підготовку водіїв до дорожньо-транспортного руху, що, звичайно, підтверджує тезу, що робота водія – стресова робота.³⁷

Здоров'я не є прерогативним аспектом життя маршрутчиків, про це відверто заявляє один з респондентів: «Пока я себе здорово відчуваю, то я не так і дбаю, знаєш коли дбають? Коли припікає». Водій також екстраполює менталітетну особливість українців на своє ставлення до здоров'я: «Так, ми такі люди українці, що ми тоді дбаєм про себе, коли в нас щось прижимає, а так в зв'язку з сьогоднішнім ситуацією, що ті дні тягнеш, то трошки заробиш». Стресовість породжена як специфікою професії, так і кризою маскулінності, що, як і у випадку зі ставленням до здоров'я, є платою за маскулінність³⁸. Чоловік не має часу, як і можливостей, для догляду за своїм тілом, він працює, годує сім'ю, і йому набагато важливіше реалізувати себе в цій сфері, ніж зберегти своє здоров'я. Проте не всі респонденти заявили про недбале ставлення до здоров'я: так, один водій заявив, що завжди дбає про себе, а ще один сказав, що ніхто ще не жалівся - тобто він вимірює важливість стану свого здоров'я за зовнішньою репутацією, а також в рамках своєї професії, а для себе, як індивіда, здорове тіло не є першочерговою ціллю. Шкідливі звички – це також невід'ємний компонент щоденного ритуалу маршрутчиків: пережитий на роботі стрес, наявність гомосоціального середовища, деструктивні практики, спричинені кризою маскулінності, – все це схиляє водіїв до вживання алкоголю та тютюнопаління: «То без алкоголю не обходиться ніде». Цікаву позицію щодо вживання алкоголю продемонстрував водій, сказавши: «Алкоголь потрібно вживати ложку спирту на день. То буде 75 грам. Вона повинна вживатися з перервами. Якщо ти вживаєш сьогодні, завтра, чотири дні вживаєш, три дні перерви робиш».

Якщо ж говорити про ставлення чоловіків до жінок, то варто відзначити, що опитані водії переважно висловили досить схожу точку зору: «Жінка може бути водієм, але на таких важких роботах це дуже рідкісно. Я думаю, що то їм заважко. На маршрутках, то я вообщє не бачу». З цих реплік чітко впливає сексиська позиція опитаних водіїв, проте я не можу назвати її радикальною – чоловіки говорять, що жінка може бути водієм, проте їй це буде заважко, вона не зможе витримати фізичних навантажень, винятком може бути лише жінка, що пройшла певну символічну внутрішню легітимацію поміж середовища водіїв: «Я наприклад ставлюся, бо я їх знаю особисто, як водіїв. Бо вони вже обкатані водії, але якщо

³⁷Стан та причини аварійності в столиці за 10 місяців, Управління ДАІ. Режим доступу:

http://www.udai.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1356:-10-&catid=27:statyst&Itemid=332

³⁸ Кон І. Гегемонна маскулінність як чинник чоловічого (не)здоров'я//Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2008. - № 4

береться спочатку жінка, то нехай добре подумає. Ну вони не можуть так винести нагрузки, як може водій». Щоб повноцінно увійти у коло спілкування водіїв маршруток, жінка повинна відтворювати чоловічі приклади поведінки, що і зазначав у своїй статті Гладарев, проте у контексті рибалок³⁹. Відповідаючи на запитання про можливість для жінки бути водієм маршрутки, один респондент веде себе вкрай агресивно: «Та... Ну конечно! Есть, конечно, и внимательные, но не всегда, б..., в основном – дуры одни», проявляючи необхідну для самоствердження як чоловіка ознаку співучасницької маскулінності - патріархальність.

Жінка в сім'ї розглядається водіями також досить таки традиційно: «Ну жінка, як правило, вона ж є очаг сім'ї, вона повинна дбати і дивитися за домом», - хоча варто зазначити, що водій надає жінці право самовизначення: «Ну я хотів щоб більш вдома, але це вже десь в її інтересності – я не можу їй вказувати». Така позиція вказує на кризу маскулінності, коли чоловік через зміну соціального становища жінки, бажаючи бути більш впливовим, може лише висловити свою точку зору, а не вказувати жінці, що вона має робити. Праця жінки розглядається як можлива альтернатива, коли чоловік не може в достатній мірі матеріально забезпечити свою сім'ю: «В даний час жінка (прим. автора) не працює. Десь троха торгувала, брали на ринок її торгувати. Але більш вдома з дітьми», - жінка все ще лишається наодинці із проблемою виховання дітей, проте таку тенденцію демонструють не всі респонденти, троє вважають, що виховувати дітей повинні обоє, як мама, так і батько, проте ступінь залученості до виховання у татів залишається все одно не великим через постійну зайнятість на роботі: «Не знаю, б..., вместе. Жена воспитывает. Я, б..., ночью домой приезжаю»; а також: «Ну в мене получається дві до трьох неділей я можу робити, а там на днів вісім – сім договориюся з начальником та й їду додому». Також в одному з інтерв'ю жінка постала як аграрна постать, що не здатна до роботи в місті: репліка щодо того, що жінка торгувала, проте з тексту виходить, що їй не вдалося (див. вище), а також: «А чоловік вже знаєш - там на заробітках, ну хазяйство ми вели: в нас були дві корови, свині і кури, індики ми тримали. Так що треба було тим займатись і жінка більш дома». Домінантна роль чоловіка в сім'ї ще дає про себе чути, проте сучасний чоловік вже не так справжньо маскулінно впевнений в собі, він не може задовольнити свої типово чоловічі інтереси, особливо ті, що стосуються влади. Так, приклад прийнятності емансипації жінки демонструє інший респондент: «Та голова, хто, двоє голів повинно бути. Рішення спільні виробляються», - іншу ж, проте дуже схожу до попередньої думки висловлює третій респондент: «Більш я «голова сім'ї» (прим. автора), (сміється). Але рішення приймаєм разом». Конвенційність у прийнятті сімейних рішень досить боляче вдарила по чоловічій самооцінці, проте такі тенденції говорять про наявність реальних емансипаційних практик.

³⁹ Гладарев Б. В поисках мужских пространств: рибалка//Мужской сборник, Вип. 3. Мужчина в экстремальной ситуации/ Сост. И.А. Морозов. Отв. ред. Н.Л. Пушкарева. Москва, «Индрик», 2007. с.233-243. – 264с.

«Чим же чоловік відрізняється від жінки?» - на це питання відповів лише один респондент і чітко визначив гендерну диференціацію: « Як йому дали завдання те, що виконає чоловік, то ні в якому разі не жінка!».

Відходячи від жінки в професійному контексті, можна виділити ставлення до жінки як до потенційного військовослужбовця. Один з респондентів, висловлюючи свою думку щодо жінки в армії, почав розказувати про психологічну нестійкість останньої та іманентно недостатню фізичну підготовку, ставлячи під сумнів її активну участь у збройних силах, при чому водій навіть не мав на увазі військовослужбовця, що безпосередньо приймає участь в бойових діях, а медсестру або куховарку: «Є госпітала всякі, а як солдат – не, та куда там, не це – знаєш як на кораблі – жінка до біди, жінка – це не її робота! Жінка – кухня. Десь там може бути, госпіталь якийсь там».

На думку цього респондента, жінці природно не притаманна професія військового: їй потрібна спеціальна підготовка, повинен бути спеціальний відбір, як у чоловіків. Він говорить, що жінка радше піде в армію через «вітер в голові» або «або має якусь таку скажем трохи, ну романтика скажем». Ця дуже цікава фраза наштовхує на висновок, що, з одного боку, армія для респондента є місцем романтики, а з іншого боку, водій може мати на увазі те, що для жінки армія можлива лише в романтичному контексті, тобто не як маскулінний поклик до захисту Вітчизни, а як романтичний потяг до нестандартних фемінних практик, а також як можливість пошуку потенційного супутника життя: «Жінки в армії??? Треба спеціалістів щоб підготували цих жінок, а не так, що вона йде в армію, бо там платять гроші ну, але то ж треба, щоб вона почула: дали їй завдання – щоб вона сприймала душевно і мала відповідальність в собі, куда вона йде і що її чекає, а не таке – вітер повіяв в голові, то вона йде в армію. Ще раз кажу – відбір повинен бути. В жінок теж повинен бути відбір».

3.2 Маскулінність, яка не відбулася

Лише двоє з опитаних чоловіків почали працювати водіями ще в молодості. Двоє інших наголошують, що не мали іншого вибору: «Вот когда будет у Вас семья, тогда и поймете. Надо ж ее как-то кормить, обеспечивать, какую-то копейку зарабатывать. Вот и пашешь сутками на этой работе»; «Як вам пояснити... Тому що іншого вибору в мене не було. Вдома не було роботи – то приїхав...». Тут помічаємо характерну для нереалізованої маскулінності, за І. Тартаковською, схильність приймати нездоланність обставин, відмовлятися від власного вибору. Помічаємо тут також згадане інструментальне чи негативне ставлення до роботи.

Усі четверо респондентів кажуть, що робота стресова: «важка, вона пов'язана з напругою», «Вона є небезпечна. Робота, вона називається ризикована. То є, може, і не

повишений ризик, але ризик є досить великий», «Тільки так, та, небезпечно - перевозка людей». Двоє з них очевидно втомлені і/або фрустровані нею: «Довго не витягну»; «...об этом и говорить не надо, не знаете – спать лучше будете, спокойней. Зачем оно Вам надо? Потому что, б..., невыносимо. Десять лет я уже маршрутчиком работаю. Б... Нервы на пределе... Да это не то, что стрессовая, а, б..., п...ц. Конечно, зависит, бывает спокойно, а бывает такая сука попадетсЯ, б... Не в кровати с жинкой, а под машиной. Постоянно, б..., чинить надо, нету времени ни на что». В останньому твердженні цікава сексуально-ієрархічна конотація «зверху-знизу»: чоловік не стверджує свою маскуліність через володіння жінкою, але, навпаки, підкорений своєю роботою, яка його таким чином каструє на більшість часу (цікаво також, що цей самий респондент хвалиться добрим здоров'ям, очевидно, натякаючи на певні сексуальні успіхи).

Третій водій не жаліється на роботу, представляючи її як тимчасовий засіб для накопичення грошей на невеликий власний бізнес. Нарікаючи на низький статус цієї роботи, він також ніби намагається її виправдати порівняно з іншими й представити себе не аутсайдером, а розсудливим годувальником: «Ну шо, забезпечена робота? Робота не очень-то забезпечена така, щоби була, гет-гет-гет. По нашим міркам, по нашому життю то робота не є забезпечена... Але відносно других робіт вона то хоч трохи важкувата, важка, але зато хоч чуть-чуть оплачується».

Взагалі характерні стратегії виправдання своєї роботи, намагання представити її менш маргіальною, а себе, відповідно, - менш упослідженими (це трохи суперечить згадуваній Тартаковською стратегії «вивченої безпомічності», схильності вважати себе жертвою⁴⁰). Так, один із водіїв не визнає свою роботу небезпечною, намагаючись таким чином заперечити її маргіальний статус: «Ну, кожна робота по-своєму небезпечна. - Але ця – небезпечніша за інші? - Нічим не відрізняється від інших». Інший – заперечити її стресовість: «Люба робота стресова є, і бізнес де, стресова».

Характерне намагання виправдати низький соціальний статус скрутною економічною ситуацією в державі взагалі, пояснити недосяжність високого статусу «ментальністю», замість визнання власної неспроможності змінити своє становище – ствердити принципову неможливість позитивних змін взагалі: «На жаль, що в нашій державі то нереально почті що і неможливо, щоб на хату заробити, треба почті що все життя робити, правильно? От вся біда в чому. Наша біда, ментальність, по ходу, в тому, що ми... Що пройшли, як сказати, життя, яке не відповідає ніяким параметрам життю. Бо за ті гроші, що... Ви виживаєте, як студенти, і то всьо виживає... видно, і батьки допомагають, але всьо того мало. Не то що мало, а не хватає. Ну такі речі, що ото воно є. То є біда загальна, типова така. Вона є. як кажуть, що в

⁴⁰ Тартаковская И. «Несостоявшаяся маскулинность» как тип поведения на рынке труда.

верхів другі параметри, тут в нас – другі параметри життя»; «Ну а так, кінотеатри, то всьо проче, то не можливо, нереально, там раз в півроку підеш» (sic! «кінотеатр» - маркер престижного стилю споживання, вищої соціальної верстви). Цей самий водій, що мріє про власне підприємство, свою теперішню роботу також напівжартівливо називає бізнесом: «Бізнес слабенько йде». А коли заходить розмова про небезпеку на дорогах, з'являється образ «мажорів на своїх тачках», які «роблять, що хочуть».

Прагнення уникнути відповідальності (імовірно, через тягар ролі годувальника в умовах упослідженої субординованої маскулінності) виявляється взагалі в багатьох аспектах: в економічній площині «виживання», незабезпеченості й можливого безробіття («Якщо буде держава сильна економічно, люди би мали практично всі роботи, ну не всі, а хоч більшість людей щоби давати роботу, а то нереально... ну і, відповідно, буде матеріальна забезпеченість, тоді буде держава, тоді буде добробут. Тоді буде... всьо з цього починається. А так воно, самі знаєте. Люди виживають»), в питанні про безпеку на дорогах («...на жаль, водіїв просто не випускають такими на сьогоднішній день, щоби, як то сказати, вони були сильно навчені для їзди на дорогах»), навіть у питанні про армію, де яскраво звучить звинувачення державі, яка не піклується про молодих чоловіків кризового перехідного віку («...держава повинна подбати про своїх захисників вітчизни, про молодих хлопців, які підростають, щоби вони були фізично здорові – накормлені, не, щоби дитина сиділа на уроках і їй в очах темніло, та як то було перепад, що це ну є підготовка та до армії»). З іншого боку, це корелює з результатами опитування Центру Разумкова⁴¹, за якими більшість громадян не відчувають себе господарями у власній державі.

Хоча у трьох респондентів дружини працюють, а в четвертого підробляла раніше, двоє з опитаних чоловіків подають як ідеальний чи бажаний образ жінки-домогосподарки: «...вона ж є очаг сім'ї, вона повинна дбати і дивитися за домом»; «...жінка справжня має бути господиня, має, у першу чергу, готувати їсти, вміти зашити одяг, вміти любі речі підремонтувати там на ходу, і дітей доглядати... Повинна бути ввічлива, не знаю, по моїм параметрам, віддана якимось, так сказати... ну, щоби ходити під куполом Всевишнього. Я не кажу, що всьо ідеально буває, але щоби вот такі речі». Цікаво, що тут з'являється й функція з чоловічої «парафії» - «вміти любі речі підремонтувати», - тобто на жінку фактично перекладається вся відповідальність за хатній побут, поки чоловік заробляє родині на хліб (зокрема, далеко від дому, в столиці).

Цікавим чином також відбувається перекладення відповідальності за небезпечний рух на жінок за кермом (поруч із «мажорами»): «...бабы тоже, едут, губы красят, не знают где

⁴¹ Чи почуваетеся Ви господарем своєї держави? (динаміка, 2005-20012) // Режи доступу: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=54

поворот налево, а где направо, прутся...Б... Есть, конечно, и внимательные, но не всегда, б..., в основном – дуры одни». Хоча інший респондент відповів, що жінка, в принципі, може бути водієм і «даже є»⁴².

Цікаво, що двоє з опитаних впевнено назвали в числі своїх друзів і чоловіків, і жінок, пояснюючи так: «Друзі - то в відносному понятті. Є різні друзі. Він сьогодні друг, а завтра може бути і не друг. Але, я думаю, що є і такі, і такі, і сякі. З кимось треба зживатись, із кимось треба жити». Тут, а також у відмові брати на маршрут помічника («багато нечесних») знаходить підтвердження теза про втрату довіри до оточення й боязнь бути обманутими. З цього погляду цікаві відповіді водія, який на питання про «справжнього чоловіка» відповів: «Чесний, справедливий... На якого можна покластися в будь-яку хвилину»; а про «справжню жінку» - «Така сама». Дружні контакти в цьому випадку мають стати ресурсом почуття безпеки і впевненості, яке в цьому випадку можуть краще забезпечувати жінки, з якими не треба змагатися в мужності й статусі.

І. Кон зазначає, що однією з визначних рис маскулінності є орієнтація на спілкування з представниками своєї ж статі, тобто гомосоціальність⁴³. Є. Мещеркіна також наполягає на тому, що гомосоціальні спільноти служать міцним базисом інституціональної підтримки маскулінності, оскільки в цих закритих спільнотах зароджується почуття внутрішньої солідарності, відтворюються чоловічі практики, що закріплює уявлення про нормального, або справжнього, чоловіка⁴⁴. На запитання «Чи є у вас друзі? Хто вони, чоловіки чи жінки?» та «Як Ви проводите своє дозвілля?» респонденти дали досить цікаві відповіді. Один водій висловив взагалі нерозуміння чоловічої дружби: «Товаришувати треба з усіма. Чоловіча, це як, в якому розумінні...я не знаю, до чого се має відносить, а я не маю такого поняття. З усіма треба товаришувати, в принципі, помагати якось». Цей же чоловік відповів, що вільний час він проводить з жінкою «на кухні чи в садочку», тобто у цьому випадку спостерігаємо навіть деякі фемінні практики. Другий респондент відповів, що його друзі – «і чоловіки, і жінки», - а вільний час він хотів би проводити із сім'єю: «А якщо є такий час, то можна було б сходити десь, поїхати віддихнути з сім'єю, на рибалку сходити, в ліс десь там погуляти, в парк». Тобто знову не спостерігаємо акценту на чоловічому спілкуванні, наголос іде на цінності родини. Тільки один водій відповів, що у вільний час він хіба що: «с пацанами созваниваюсь, но редко», бо весь час іде на ремонт маршрутки. *Таким чином, спостерігаємо відрив цих чоловіків від закритих гомосоціальних спільнот.* Двоє респондентів стверджують,

⁴² Один із водіїв, що відмовився давати інтерв'ю через запис диктофон, почувши про тему «типово чоловічі роботи», дуже обурився і сказав, що є й жінки-водії, і одну навіть два рази знімали з маршруту за вульгарність, а чоловіків – ніколи.

⁴³ Кон І. С. Чоловіки, які змінюються у мінливому світі. Розділи з книги. Режим доступу: [\[http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kon.htm\]](http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kon.htm)

⁴⁴Е. Ю. Мещеркіна. Социологическая концептуализация маскулинности. – 2002. Режим доступу: [\[http://ecsocman.hse.ru/data/859/658/1216/002.MESHCHERKINA.pdf\]](http://ecsocman.hse.ru/data/859/658/1216/002.MESHCHERKINA.pdf)

що спілкуються і з чоловіками, і з жінками однаково, та не вбачають гендерного розподілу в дружбі. Інший також відірваний від гомосоціальної спільноти, оскільки не має на це часу, все забирає робота та підготовка до неї.

Отже, процес соціалізації, який мав би закріплювати практики та уявлення, які притаманні образу маскулінності, - перерваний. Відповідно, ймовірним є те, що у деяких водіїв формується рівне ставлення до осіб обох статей через те, що дозвілля вони проводять в спільноті іншого характеру – сім'ї, що також впливає на світосприйняття певним чином: чоловік перебирає уявлення та установки, а то й навіть буденні практики від своєї жінки.

Тим не менше, проглядається деякий потяг водіїв маршруток до самодостатності, яка є рисою гегемонної маскулінності. Так, на запитання «Чи хочете Ви собі помічника, який би допомагав збирати гроші?» троє відповіли «ні». Один послався на те, що: «Дуже багато нечесних. В мене були, через те вони мені й непотрібні». Інший одразу різко ствердив: «Не хочу, я сам справляюся, що там». Третій зауважив, що не так би хотілося, як просто умови унеможливають: «Не, тут неможливо. Не то що хочеться, неможливо. Тут і так гроші збирають... Бізнес слабенько йде». Проте тут можна розгледіти просто небажання ні з ким ділитися, а бути єдиним, самодостатнім в економічному плані.

Підтверджується теза про необхідність компенсації мужності в родинних стосунках. Двоє з респондентів відчують потребу саме в родинному дозвіллі: «...по-перше, хотілось би більше часу проводити з дітьми, з сім'єю. Але не завжди так получається»; «Дозвілля - то є з жінкою, там, ми зробили щось приємне, як сказати... щось на кухні зробили приємне, щось там разом, чи в садочку щось приємне зробили». Вони ж наголошують на необхідності рівного розподілу обов'язків у вихованні дітей і прийнятті рішень (хоча й зазначається, що виходить це не завжди): «Ми вдвох виховуємо дітей»; «...чоловік з дружиною виховують дитину, повинні виховувати дітей. Дальше як обходилося... Старалися, хто мав в нас час на збори, хто міг більш вільніший бути...»; «Стараємося разом приймати рішення з дружиною. Тобто ми... доходим до згоди, щоб прийняти рішення. Більш я [голова] (сміється). Але рішення приймаємо разом»; «Та голова хто, двоє голови повинно бути. А рішення спільно виробляються, приймаються рішення спільно, чи як там. Я от так, думаю, повинно би бути». Навіть найбільш втомлений із респондентів каже, що рішення вони з дружиною приймають разом, хоча він і «вночі додому приїжджає».

У відповідях одного з респондентів родині надано особливе велике значення: «Родина, я так розумію, у вас є? - Обов'язково. - І ви з нею живете? - Обов'язково... - І що саме ви робите? Чи ви перевіряєте уроки, чи ви... - Обов'язково. - Чи ви разом гуляєте, чи граєте, чи вчите? Все? - Все, стабільно». Для іншого залученість у родинних побут навіть потісняє

небезпеку ідентифікуватися з фемінними сферами⁴⁵ – «кухнею», «садочком» (ще й зі зменшувально-пестливим суфіксом!). Тобто ці чоловіки намагаються реалізувати свою мужність через образи залученого господаря й батька.

У цьому ж світлі можна трактувати й визначення «справжнього чоловіка». Описи, які подають респонденти, стосуються радше особистої або родинної, а не професійної, сфери: «надавати жінці допомогу, надавати дітям допомогу, повинен справжній чоловік, виростити двоє дітей, посадити сад, побудувати якийсь будинок по мірі можливості»; «...він повинен бути трошки начитаний, небайдужий я щітаю до... обширно розвитий, хотя потрошки, але шось у цьому, шось у медицині повинен розуміти, якесь воспалення, якусь допомогу подати ну а дальше, то по якій роботі він іде, водій там по-свому. Але я вважаю, що чоловік повинен бути начитаним, от я люблю людей начитаних, грамотних, аби газету не полінувався прочитати, якусь історію знати. Він тоді не буде байдужим і дітям шось розкаже – передасть».

Вживання алкоголю, як воно представлено одним із респондентів, виступає не так в якості «антидепресанту» (як «куриво» для двох інших), а як маркер дорослості. Водій навіть ділиться певними правилами «помірного» пиття: «Алкоголь потрібно вживати ложку спирту на день. Ложку спирту, тобто, якщо його розвести, то буде 75 грам. Вона повинна вживатися з перервами. Якщо ти вживаєш от нині, сьогодні, завтра, чотири дні вживаєш, три дні перерви робиш. Вот то такі речі. ...Але то не означає, що треба пити так, що має бути піввідра. Треба врівноважено. На жаль, у нас у суспільстві того нема багато дечого, але вже більш цивілізовано стало, якщо було, що раньше взяти, на сьогоднішній день, то люди більш цивілізовані стали. Не стають так напиватися, як раньше». Здатність пити й не напиватися (на відміну від неокреслених «інших», на тлі яких можна ствердитися) позначає справжнього чоловіка, який вміє тримати свої звички під контролем.

4. Зовнішній вигляд маршрутчиків

Якщо подивимося на зовнішній вигляд маршрутчиків, то він – маскулінний. Це повна протилежність чоловіка-споживача, жителя міста – метросексуала, який ретельно доглядає себе та проводить багато часу перед дзеркалом. Над вибором одягу водії маршруток, певно, не думають довго. Зважаючи на їхнє економічне становище (в інтерв'ю проглядається незадоволення якістю життя та зарплатою), то одягають те, що є. Зазвичай їхній одяг у темних приглушених тонах, нічого яскравого.

⁴⁵ У цьому плані цікаво також, що ті двоє водіїв, які відповіли на відповідне питання, не виявили очікуваних гомофонних настроїв. Тобто необхідність дистанціюватися від жінок і гомосексуалів тут послаблена.

На першій фотографії бачимо чоловіка, одягненого в теплий чорний светр та чорну сорочку, звичайні сірі штани, має коротке волосся. На другій – чоловік в синій сорочці, темних джинсах, волосся – дуже коротке. На третій фотографії водій в сорочці фіолетового кольору, але темного тону, у коричневих штанах, з коротким волоссям та вусами. У всіх трьох – останні декілька гудзиків на сорочці розстібнуті, у останнього – закочені рукави. Проглядається деяка недбалість стосовно зовнішнього вигляду. Головне тут – зручність та комфортність, одяг не має естетичного призначення.

Зачіски у них – також традиційно чоловічі.

Висновки

В ході дослідження ми спромоглися виконати усі цілі та завдання, які були поставлені перед нами. Отже, беручи до уваги наше теоретичне та практичне дослідження, можна з впевненістю виокремити традиційний образ справжнього українського чоловіка, що також і є гегемонним: беземоційність, як фізична, так і психологічна, самодостатність, унеможливлення слабкості, орієнтація на досягнення успіху та лідерства, а також самореалізація у сфері соціальної та економічної влади.

Екстраполювавши концепцію гегемонної маскулінності на образ маршрутчика, ми виявили певні розбіжності і навіть протиріччя: маскулінність маршрутчиків проявляє деякі відмінності від гегемонної маскулінності; ідентифікація маршрутчиків як «годувальників сім'ї»; деякі водії проявляють типові риси фемінності (кухарять, доглядають за дітьми, дбають за здоров'ям); у всіх маршрутчиків яскраво виражено риси посттравматизму та впливу на них кризи маскулінності, важливим чинником формування маскулінної ідентичності маршрутчиків є гомосоціальне середовище, в якому вони перебувають. Варто також зазначити, що жінка в очах маршрутчика є радше емансипованою (може бути водієм нарівні з чоловіком, може мати рівнозначний голос у вирішенні сімейних питань), хоча чітко проглядаються певні сексиські речі (жінка – це «очаг сім'ї», тому її обов'язок радше сидіти вдома і доглядати дітей, ніж ходити на роботу, не може бути повноцінним учасником бойових дій). Інтерв'ю, що ми взяли, виявили, що маскулінність маршрутчиків можна зарахувати до співучасницької маскулінності, що копіює гегемонну та прагне стати нею, проте не володіє всіма соціальними та економічними ресурсами, на відміну від останньої. Співучасницька маскулінність маршрутчиків користується дивідендами гегемонної та є економічно субординованою в ієрархії українських маскулінностей.

Підсумовуючи вищесказане, варто сказати, що маскулінність маршрутчиків не є монолітною, проте також і не має в собі маргінальних відхилень.

Список літератури

1. Connell R. W. The Social Organization of Masculinity (Chapter 3)/ Masculinities. – Polity Press, 2006.
2. Бёрд Ш. Теоретизируя маскулинности: современные тенденции в социальных науках//Наслаждение быть мужчиной: западные теории маскулинности и постсоветские практики/ Под ред. Ш. Бёрд и С. Жеребкина. – СПб.: Алетейя, 2008.
3. Гладарев Б. В поисках мужских пространств: рибалка//Мужской сборник, Вип. 3. Мужчина в экстремальной ситуации/ Сост. И.А. Морозов. Отв. ред. Н.Л. Пушкарева. Москва, «Индрик», 2007.– 264с
4. Кон І. Гегемонна маскулінність як чинник чоловічого (не)здоров'я//Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2008. - № 4.
5. Кон И. С. Мужчина в меняющемся мире. – М.: Время, 2009.
6. Кон І. С. Чоловіки, які змінюються у мінливому світі. Розділи з книги. Режим доступу: [<http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kon.htm>]
7. Коннелл Р. На захист маскулінності // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2003. – № 27. – С. 49-70// Режим доступу: [www.ji.lviv.ua/n27texts/connell.htm]
8. Мещеркина Е. Ю. Социологическая концептуализация маскулинности. – 2002. Режим доступу: [<http://ecsocman.hse.ru/data/859/658/1216/002.MESHCHERKINA.pdf>]
9. Тартаковская И. Н. Мужчины на рынке труда // Режим доступа: [<http://www.nir.ru/sj/sj/sj3-02tar.htm>]
10. Тартаковская И. «Несостоявшаяся маскулинность» как тип поведения на рынке труда// Гендерные отношения в современной России: исследования 1990-х годов: Сборник научных статей/ Под ред. Л.Н. Попковой, И.Н. Тартаковской. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2003. – 26 с.// Режим доступу: [http://library.gender-ehu.org/hms/attach.php/t_articles.files/id_271/Tartakovskaya.pdf]
11. Темкина А., Роткирх А. Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России // Социс. – 2002. – № 11.// Режим доступу: [<http://www.ecsocman.edu.ru/data/714/201/1218/002Temkina.pdf>]
12. Чернова Ж. В. «Мужская работа»: анализ медиа-репрезентаций // Гендерные отношения в современной России: исследования 1990-х годов: Сборник научных статей/ Под ред. Л.Н. Попковой, И.Н. Тартаковской. Самара: Изд-во «Самарский

университет», 2003// Режим доступу: [http://library.gender-ehu.org/hms/attach.php/t_articles.files/id_275/Chernova.pdf]

13. Шабурова О. Мужик не суетится или пиво с характером // О муже(N)ственности: Сборник статей, Сост. С.Ушакин, - Москва: Новое литературное обозрение, 2002.

Джерела

1. Стан та причини аварійності в столиці за 10 місяців. Управління ДАІ. Режим доступу: [http://www.udai.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1356:-10-&catid=27:statyst&Itemid=332]
2. Соціологічна служба Центру Разумкова. Соціологічне опитування «Чи почуваетесь Ви господарем своєї країни?». Режим доступу: [http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=54]