

Raluca IONESCU

METROsexualul

COLECTIE DE SUCCES

media **LUMEN**
nou
www.EdituraLumen.com

Raluca IONESCU

Metrosexualul Un mit urban contemporan

Lumen

Raluca IONESCU

Metrosexualul-un mit urban contemporan

Editura Lumen este acreditată CNCSIS sub nr 003

Tehnoredactare computerizată: Morariu Irina Maria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

Raluca IONESCU

Metrosexualul-un mit urban contemporan

Editura Lumen

Bibliografie

Pag 159

ISBN-10 973-7766-84-9

13- 978-973-7766-84-7

Extras din volumul:

Ionescu, R. (2006). Metrosexualul. Un mit urban contemporan. Iasi, Romania: Lumen.

Raluca IONESCU

Metrosexualul

Un mit urban
contemporan

Lumen

Extras din volumul:

Ionescu, R. (2006). Metrosexualul. Un mit urban contemporan. Iasi, Romania: Lumen.

Pagina lasata intentionat goala

Extras din volumul:

Ionescu, R. (2006). Metrosexualul. Un mit urban contemporan. Iasi, Romania: Lumen.

MOTTO :

“Cu toate că guvernanților și oamenilor de afaceri le place să creadă că diferențele culturale sunt mai puțin importante, astăzi, în lumea în care trăim, oamenii obișnuiți sunt foarte conștienți de faptul că tehnologia, media și managementul global erodează o parte importantă din patrimoniul, identitatea și valorile lor”.

(D.L.Uzell)

“A te iubi pe tine însuși poate fi începutul unei povești de dragoste pe viață”

(O.Wilde)



Extras din volumul:

Ionescu, R. (2006). Metrosexualul. Un mit urban contemporan. Iasi, Romania: Lumen.

Pagina lasata intentionat goala

Extras din volumul:

Ionescu, R. (2006). Metrosexualul. Un mit urban contemporan. Iasi, Romania: Lumen.

Cuprins:

PREFAȚĂ	9
ARGUMENT PERSONAL	15
REZUMAT	17
CAPITOLUL I	19
1. DE CE METROSEXUALUL?.....	19
2. IPOTEZA “SATULUI UNIVERSAL”	20
3. DE CE EXISTĂ ACEASTĂ LUCRARE?	21
FUNDAMENTE TEORETICE	23
CONSIDERAȚII GENERALE	23
IMPLICAȚII ALE PSIHOLOGIEI ENVIRONMENTALE ÎN URBANISM.....	25
2.CONTEMPORANEITATEA	28
GLOBALIZARE ȘI INSTAURAREA SOCIETĂȚII DE CONSUM ..	28
UN ALT TIP DE LOCUIRE – ORAȘUL INFORMAȚIONAL.....	29
CRIZA IDENTITĂȚII MODERNE	31
REDISTRIBUIREA ROLURILOR ÎN CUPLU	34
3. INFLUENȚA MITOLOGIEI MODERNE	39
4. METROSEXUALUL	45
PORTRET ROBOT	45
SCURT ISTORIC AL ESTETICII MASCULINE	46
...ȘI AU TRĂIT FERICIȚI PÂNĂ LA ADÂNCI BĂTRÂNEȚI	50
NAȘTEREA ȘI COPILĂRIA METROSEXUALULUI	51
METROSEXUALUL ÎN CONTEXTUL MARKETINGULUI	52
SEXUALITATEA ÎN CADRUL IMAGINII DE SINE.....	55
STIL DE VIAȚĂ	58
PROFIL PSIHOLÓGIC.....	60
NORMALITATE VS. DEVIANȚĂ.....	61
METROSEXUALUL - REPREZENTARE ÎN MASS MEDIA	64
5. ECOURI ÎN SOCIETATEA ROMÂNESCĂ CONTEMPORANĂ	69

ADRIAN MUTU- CLONA ESTETICĂ A LUI DAVID BECKHAM?	70
CAPITOLUL II.....	73
METODOLOGIA CERCETĂRII.....	73
1.PREMISE ȘI OBIECTIVE.....	73
2. PREZENTAREA PARTICIPANȚILOR LA STUDIU.....	74
3. METODE ȘI TEHNICI DE CERCETARE.....	75
CAPITOLUL III	79
PRELUCRARE, ANALIZĂ ȘI INTERPRETARE	79
PREZENTAREA REZULTATELOR OBȚINUTE.....	79
2.ANALIZA ȘI INTERPRETAREA CANTITATIVĂ ȘI CALITATIVĂ A DATELOR	106
CONCLUZII.....	125
SUGESTII PENTRU CONTINUAREA PREZENTULUI STUDIU .	131
ÎN ÎNCHEIERE	132
BIBLIOGRAFIE	134
ANEXE.....	141
ANEXA NR 1 RĂSPUNSURI CHESTIONAR	
ANEXA NR 2 CHESTIONAR (FEMEI)	
ANEXA NR 3 CHESTIONAR (BĂRBAȚI)	
ANEXA NR 4 APLICAȚIA PAPER DOLL (EXEMPLE DE ITEMI)	
ANEXA NR. 5 I. ASOCIAȚII	
ANEXA NR 7 II. CHESTIONAR ROLUL BĂRBATULUI ÎN FAMILIE ROLUL FEMEII ÎN FAMILIE ROLUL FEMEII ÎN CUPLU	

PREFAȚĂ

Societățile industriale, indiferent de timpul și maniera de evoluție, își creează tipare de manifestare, rezumând în interiorul lor nivelul de formare la care au ajuns în momentul respectiv. Tiparele umane s-au înscris într-o curbă sinusoidală, coerentă și logică, pe care Ioan Petru Culianu o pune în directă legătură cu dimensiunea libidoului unei societăți, și care reflectă nivelul de mentalitate și comportament la acel moment istoric.

Urbanismul contemporan a degenerat foarte mult miturile pre-existente lui, transformându-le după bunul plac în obsesii mai mult sau mai puțin în avantajul sănătății sociale. Trăind în interiorul unei societăți, individul este expus încă de la naștere unei presiuni obsesionale, manifestate prin imaginile care îl înconjoară. El este educat în perspectiva conform căreia frumosul este bun, urâtul este rău, ceea ce este exotic este implicit conotat superior, în timp ce ceea ce este autohton este mai puțin interesant. De unde se ajungă la sintagma socială a unui început homeric, manifestat în interiorul individului prin deja celebra "insuficientă" contemporană, conform căreia tot ceea ce este "dincolo" se obține mai ușor, este mai bun, mai trainic și mai frumos, fiind ca atare un element demn de însușit și de urmat.

Societățile aflate în plină dezvoltare, implicit cea românească, copiază forme și tipare ale unor familii sociale considerate consolidate, încercând prin aceasta să le ajungă din urmă. Globalizarea nu a făcut decât să faciliteze acest import, ajungându-se astfel ca visul american să nu mai fie atât de ... american, iar punctualitatea britanică nu chiar atât de ... englezească. Copiind aceste tipare de mentalitate, societățile considerate până mai ieri involutive au sfârșit prin a le depăși pe cele cu tradiție în "traul bun". Nu departe de noi, Japonia a devenit una din societățile tehnologizate, ieșind dintr-un Ev Mediu inexplicabil de lung și intrând într-un secol XXI cu mult înaintea altor societăți, în timp ce în plan european Suedia se situează ca fiind una dintre cele mai democratice state, cu mult înaintea Franței sau a Italiei, în plan social situându-se pe primul loc în topul "suficienței naționale".

Copiind nu înseamnă neapărat a-și însuși numai elementele negative. Secolul XX s-a consacrat ca un secol al producțiilor sociale pline de originalitate, completând evoluția firească a individului considerat ca "animal social". De unde și nenumăratele tipologii urbane pe care societățile mici le-au copiat și le-au

însușit, arzând câteva etape (importante) și consumându-le mult mai rapid decât societățile lor de origine. Și poate că mult ca orice alt tipar social, motivat poate de graniță milenară și de realitatea urbană, metrosexualul a fost asimilat de majoritatea societăților atât de repede încât a surclasat multe alte profiluri sociale celebre la acel moment.

În plan personal, metrosexualul reprezintă o alegere complet egoistă. Descoperisem termenul la puțin timp după ce Mark Simpson îl făcuse cunoscut și l-am asimilat cercetărilor mele în istoria vestimentației europene de secol XX, asimilându-l conceptului de bărbat-accesoriu. După un timp, aplicând definiția dată de Simpson planului real urban, am realizat că numeroase elemente caracteriale ale metrosexualului existau deja în comunitățile homosexuale dar nu numai, saloanele de frumusețe masculină și liniile vestimentare "open minded" destinate "noului erou urban" multiplicându-se într-un ritm alarmant. Nu a fost decât un pas până când l-am făcut cunoscut, întâi în cercul de prieteni, apoi în fața studenților, sfârșind prin a-l teoretiza în workshop-uri și conferințe. Copilul meu de suflet, care căpătase între timp și un chip- bineînțeles, Beckham-începea să se afirme din ce în ce mai agresiv în plan social românesc. Adrian Mutu a implementat definitiv în mentalul românesc momentul istoric când la coborârea din autocarul echipei de fotbal a apărut îmbrăcat nu în trening-ul deja tradițional (uniforma tuturor bărbaților activi și sportivi) ci într-un impecabil costum Versace, purtând o șapcă ce urmărea tendințele de sezon și bijuterii care până atunci nici nu puteau fi corelate fotbalului "de calitate". A fost momentul în care un domeniu atât de masculin, atât de bărbătesc, a primit lovitura de grație în punctul său cel mai sensibil: bunul gust. Subit, sportivii- cu predilecție fotbalști- au devenit purtătorii de standard ai modei și tendințelor din machiaj și coafură. În cele din urmă, metrosexualul câștigase lupta cu discursurile frivole și superficiale, devenind o realitate cotidiană și- mult mai important- normală. Iar cartea de față nu face decât să confirme ceea ce este atât de evident: despre o realitate istorică se poate vorbi numai cu pertinență profesională și seriozitate intelectuală.

Citind cartea Ralucai Ionescu, am avut sentimentul că în spatele unui discurs inteligent și riguros documentat se ascunde în fapt o echipă întreagă de analiști, istorici, filologi, psihologi și stilisti vestimentari. O scriitură atât de complexă, documentată savant și- mai important - aplicată realității contemporane, nu poate fi decât produsul unei echipe extrem de diversificate și specific formată. Ca cititor, mă pot declara surprins de momentul descoperirii

faptului că această carte este produsul unui singur om care, cu eleganță și bun gust, exersează o scriitură atât de bine încheagată despre un subiect aparent, frivol. Ca prieten- pentru că am acest privilegiu, să mă enumăr printre cei apropiați scriitoarei, chiar dacă distanța geografică dintre noi a pendulat între departe și "jumătate de Europa" departe -, sunt extrem de emoționant de aceasta realizare a Ralucai. Această carte reprezintă finalizarea unei prime etape dintr-un studiu vast asupra metrosexualității. Colaborările anterioare în workshopurile și conferințele de la Timișoara, lucrarea de diplomă de la Universitatea de Vest din Timișoara- cuprinsă în interiorul acestei lucrări- pe care am citit-o cu pasiune și am făcut-o cunoscută în cerul de prieteni din Suedia, mi-au consolidat părerea despre profesionalismul, seriozitatea și eleganța literară care o caracterizează pe Raluca Ionescu.

Scriitura pe care ea o exersează cu franchețe și o libertate de imediat, traversând varii domenii- de la analiză psihologică, la perspectivă istorică, trecând prin istoria moravurilor și cercetarea vestimentară- fac din aceasta carte un "must" care trebuie cuprins în orice bibliotecă personală și instituțională. Abordând un stil deschis, lipsit de împovărarea epitetelor și comparațiilor inutile, tânăra scriitoare face din metrosexual un subiect foarte apropiat cititorului, prezentând aspectele pozitive cât și cele negative ale subiectului dat. La sfârșitul cărții, cititorul se regăsește în pragul re-evaluării propriei opinii legate de metrosexual. Își va apropria mult mai ușor un subiect care nu este suficient cunoscut sau defectuos asimilat în plan românesc. Pe lângă prezentarea evoluției metrosexualității în plan european și românesc, autoarea explică și falsele pudori ale societății românești care au receptat greșit și asimilat acest concept, pudori transmise încă de la jumătatea secolului trecut și care au concluzionat în realitatea românească de astăzi în receptări defectuoase asupra unor tipologii sociale care nu mai pot fi ascunse și/ sau negate.

Corpus-ul lucrării se compune dintr-o parte teoretică și una practică, deși de multe ori, cele două perimetre se întrepătrund. În prima parte, atenția este îndreptată către o teorie a subiectului, oferind în același timp și instrumentarul necesar de studiere, analiză, implementare și însușire a metrosexualității. Fiind un concept preponderent de imagine, metrosexualul este dificil de definit și urmărit, luând în considerare și factorul frivol asimilat acestui concept. Autoarea explică acest fapt printr-o aplicare asupra mentalităților urbane care consideră bărbatul ca fiind punctul de referință al unei societăți patriarhale, fiind prin urmare "nedemn" de sensibilități sau scăpări "sufletești". Pe de altă parte,

mentalitatea europeană - cu implicare directă în comportamentele urbane românești - privind comunitățile și minoritățile de orice fel - au făcut metrosexualul ținta preferată a ironiilor privind o masculinitate nu tocmai ortodoxă. Autoarea face parte din generația care a înlăturat orice falsă pudoare, orice urmă de complex, punând în prim plan performanța individuală și nu individualitatea propriu-zisă, aceeași generație care a făcut din meritocrația estetică un punct de susținere în comunicare inter-individuală. Trăim într-o societate în care orice element conotat meritocrat estetic este automat evaluat superior. Nu departe de noi, trebuie doar să analizăm privirea adresată persoanelor frumoase și cea adresată celor mai puțin avantajați din punct de vedere estetic. De fiecare dată discursul nostru va fi automat mai relaxat și mai pretențios în fața celor frumoși, și mult mai autoritar și steril cu cei urâți. Metrosexualul vizează problema meritocrației estetice dintr-o perspectivă complet egoistă: el împrumută din discursul feminin și din cel marginal, elemente care îl valorizează mereu, care îl pun în valoare. Lucrarea de față le trece în revistă și le interpretează, oferind o perspectivă de debut într-o discuție ulterioară

Fiecare element de analiză poate deveni la un moment dat un punct de plecare într-un studiu ulterior, transformând metrosexualul într-un deschizător de drumuri în studii sociologice ulterioare. Din această perspectivă, această carte devine un document de pionierat în interpretarea noilor simboluri și embleme sociale ale secolului XXI.

Partea practică se constituie într-un capitol aparte, care continuă în ordine logică instrumentarul teoretic. Având și o analiză practică, metrosexualitatea trebuie coborâtă în stradă, expusă la microscop și explicată cu ajutorul celor din jur. Același lucru îl face și autoarea, când apelează la ajutorul interviuaților pentru a putea explica și exersa maniera interpretativă a subiectului în cauză. Maniera în care sondajele și concluziile sunt formulate denotă o implicare profesională impecabilă, fiecare cuvânt și/sau procent analizat având în spatele lui o muncă de documentare considerabilă. Concluziile sunt dacă nu surprinzătoare pentru mințile cuminti, atunci meditative pentru cei care remarcă schimbările spectaculoase de mentalitate din ultimii zece ani.

Fiind un tipar social masculin, acesta ar fi trebuit să fie acceptat mai ușor de bărbați decât de femei. Studiul tinerei autoare demonstrează că în societatea românească, metrosexualul este respins dintr-o pudoare prost aplicată, chiar de către bărbați, în timp ce femeile sunt mult mai liberale și mai versatile în gândire. Acest lucru nu este nou pentru mentalul românesc. Pe de altă parte, această respingere poate să fie cauzată și de nivelul ridicat de acceptare a

valorilor de către mediul urban românesc, care asimilează destul de greu și conform unui program mult mai complex decât alte societăți modelele și tiparele importate. Autoarea întreprinde un studiu extrem de elaborat, configurat pe mai multe planuri care ajută la formarea unei perspective complexe de înțelegere a acestui subiect. La finele capitolului practic, cititorul are o perspectivă aproape completă asupra metrosexualului, perspectivă ce va fi completată ulterior de aplicațiile cotidiene de ordin personal.

Această carte este o istorie a modei, cât și o analiză socială, cât și o interpretare psihologică. Ea evaluează creația, evoluția și dezvoltarea unui concept social complex, prolific și divers, propunând în același timp și posibile perspective de analiză ulterioară a unei structuri sociale condiționată atât de originile sale sociale cât și de contextul economic. Îmbinând o pregătire profesională de excepție cu o scriitură rafinată, Raluca Ionescu oferă un produs de excepție despre un subiect de excepție. O carte care merită a fi citită, recită și interpretată, pentru a înțelege mult mai ușor mecanismul de funcționare a societății contemporane. Respectând maniera metrosexuală, exit-ul acestei introduceri ar trebui să fie unul spectaculos, menit să atragă atenția asupra corpului lucrării. El nu face decât să vă invite la lectura unui produs literar de excepție.

Cosmin Mureșan
designer vestimentar

Pagina lasata intentionat goala

Extras din volumul:

Ionescu, R. (2006). Metrosexualul. Un mit urban contemporan. Iasi, Romania: Lumen.

Argument personal

De ce acest interes pentru metrosexual?

Pentru că dincolo de modă și modele, se ascunde Omul, actorul care însuflețește personajul. Astfel am ocazia să îmbin două dintre pasiunile mele, și anume moda și psihologia. Să descopăr lumile care se ascund în mintea și sufletul unui om și cum devin acestea modalități de expresie prin intermediul veșmântului.

Metrosexualul român: copie sau original?

Nici una, nici alta. Cred că globalizarea societății are o consecință majoră, și anume accelerarea transculturalizării. La rândul lor formele culturale, din care face parte și metrosexualul, nu rămân neschimbate în mediul în care sunt implantate ci suferă un proces de indigenizare. Cu alte cuvinte, un model cultural original o dată ajuns pe un sol străin, nu va rămâne la fel și nici nu va fi copiat la xerox, ci transformat. Modelul de import se adaptează mediului unde sosește, capătă trăsături locale. Și probabil că vor exista sau deja există metrosexuali români pe care nu-i cunoaștem sub această denumire.

Cum ai început studiul metrosexualului și ce îți propui cu studierea lui?

Inițial mi-a atras atenția un articol din revista Vogue, care semnală -mai în glumă, mai în serios- apariția noului bărbat modern. Poate ca așa fi trecut peste el ca peste o curiozitate menită să dispară o dată cu sezonul, însă nu eram singura căreia îi stârnisese interesul. După o discuție purtată chiar cu realizatorul acestui interviu, la Atelierul de Design Vestimentar, am reluat subiectul. Îți mulțumesc pe această cale că mi-ai oferit ocazia să contribuie la studierea subiectului, dintr-o perspectivă psihologică. Ulterior am decis ca acesta este și subiectul pe care doresc să-l abordez în lucrarea de licență și aici am fost sprijinită de d-ra Corina Ilin, lect.univ.dr. la Universitatea de Vest și totodată inițiatora primului curs

de psihologie environmentală din România. Mi-ar plăcea ca rezultatele cercetării mele să ajute la demontarea unor stereotipuri care – deși nu s-au manifestat vehement- le simt pândind din umbră o ocazie favorabilă să atace subiectul. “Metrosexual...adică un homosexual care merge cu metroul?!?”, așa s-au exprimat unele persoane, auzind pentru prima oară termenul.

Miturile moderne

De la Eliade și Jung citire, miturile sunt expresia cea mai profundă a umanului și totodată zestrea spirituală pe care o purtăm în noi. Faptul că trăim într-o epocă în care forma mitului este adesea greu recognoscibilă și atât de profană, nu înseamnă că acesta nu mai există. Scopul sintagmei “mituri moderne” este de a invita la o discuție pe cei care mai cred în mituri și le descifrează încă în dimensiunile prezentului.

Moda pe terenul științei

Se spune adesea despre modă că este un subiect frivol, neștiințific, eu cred însă că nu ar strica o completare a acestei viziuni, cu argumente fundamentate psihologic. Asta îmi și propun de fapt, să caut legăturile subtile dintre cele două domenii, să aduc opiniile psihologilor în lumea modei și modalitățile de exprimare ale acestora în atenția cercetării psihologice. La urma –urmei, ce ar fi actorul social fără costumele sale?

(interviu realizat de designerul vestimentar Cosmin Mureșan, ian.2005)

Dacă doriți mai multe informații sau un dialog pe aceste teme, vă stau la dispoziție la adresa de e-mail:

ionescu.e.raluca@gmail.com

Rezumat

Scopul acestui studiu este studierea fenomenului metrosexualității, a cauzelor și efectelor acestui fenomen în cadrul societății românești. El reprezintă un demers explorativ, bazat pe combinarea mai multor metode de cercetare: workshop-uri și seminarii (susținute de-a lungul unui an de zile) și aplicarea unor instrumente de cercetare specifice.

Numărul participanților la acest studiu a fost de 50 de persoane, selectate în funcție de gen și mediu de rezidență. Astfel, a participat un eșantion compus din 25 de femei și 25 de bărbați cu vârste cuprinse între 19 și 35 de ani, locuitori ai mediului urban.

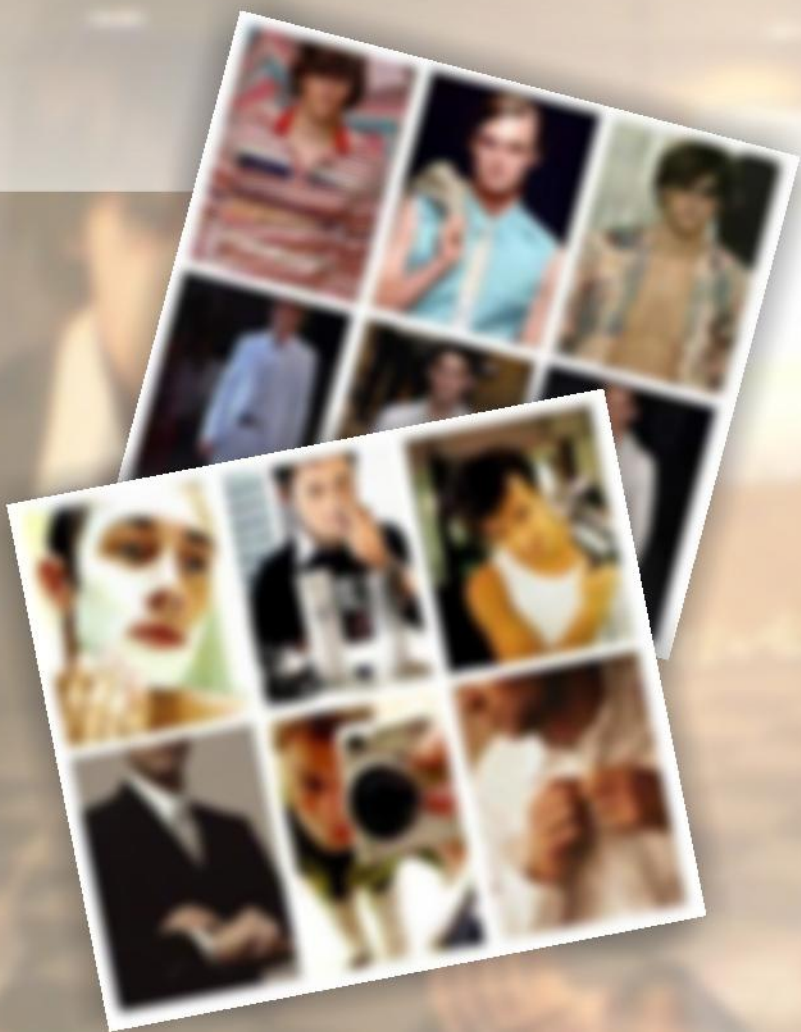
În ceea ce privește rezultatele obținute, s-au constatat tendințe slabe de manifestare a metrosexualității, care există mai degrabă la nivel declarativ decât la nivel obiectiv, precum și un nivel scăzut de interes pentru activitățile de îngrijire tipice acestui stil de viață. De asemenea, s-au înregistrat și anumite influențe datorate globalizării și mass media, precum și diferențe de mentalitate în privința identității de gen.

Consider că valoarea aplicativă a acestei lucrări se va dovedi o dată cu inițierea unui dialog interdisciplinar, care să încurajeze viitoare cercetări cu aplicabilitate în mediul românesc.

Eqpvkpwctgc "ceguvwk" xqnwo "q" rwvg k
volumul de pe

www.edituralumen.ro
www.librariavirtuala.com

ucw "fkp" nkdt tkkng "pqcuvtg" r



ISBN-13 978-973-7766-84-7

ISBN 973-7766-84-9



9 789737 766847

Conținutul acestui volum nu
reprezintă în mod necesar
punctul de vedere al Editurii
Lumen sau al finanțatorilor

Publicat cu finanțarea:

media
LUMEN
www.EdituraLumen.com

www.EuroMarket.ro

Design, Prints, Web sites
E-commerce applications