
ГЕНДЕРНЫЕ И ЖЕНСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

О. В. Рябов

НАЦИЯ И ГЕНДЕР В ВИЗУАЛЬНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯХ ВОЕННОЙ ПРОПАГАНДЫ¹

Исследование представляет собой попытку типологизации и анализа сюжетов военной пропаганды, которые могут быть объединены темой «Нация и гендер». Военная пропаганда широко использует гендерный дискурс в репрезентациях наций. Наша цель — проанализировать механизмы и функции включения гендерных образов, символов, метафор в дискурс военной пропаганды сквозь призму исследования двух проблем: во-первых, эксплуатации пропагандой гендерной идентичности мужчин и женщин в военной мобилизации; во-вторых, роли гендерного дискурса как оружия войны.

1. Методология

Основная теоретическая посылка заключается в следующем — военный, гендерный и национальный дискурсы существуют не изолированно; они формируют, поддерживают и корректируют друг друга. В работах последнего десятилетия отмечается, насколько значима роль гендерного дискурса в функционировании национальной идентичности (McClintock 1995; Yuval-Davis 1997). Идеи территории, границ, национального сообщества, государства, гражданства, подданных облекаются в образы «матери», «сыновей», «братьев» и т. д. Подобное обращение к гендерному дискурсу необходимо для легитимации нации, которая, во-первых, невозможна без убежденности в «вечности» национальной общности, ее укорененности в сакральном; та эссенциализация, которая имплицитно содержится в картине отношений между полами, переносится и на отношение к нации (Blom 2000). Во-вторых, сама идея национального сообщества выражает отношения родства; аналогия с семьей — тот элемент национального дискурса, который во многом определяет ценностную систему

¹ Работа осуществлялась при поддержке Программы исследовательских стипендий Корпорации Карнеги в Нью-Йорке, курируемой Национальным Советом евразийских и восточноевропейских исследований, Вашингтон, США (NCEEER). Позиция автора, отраженная в данной публикации, может не совпадать с точкой зрения учредителей Программы.

национальной мифологии, ее концепты и символы. В свою очередь, национальный и межнациональный дискурсы представляют собой пространство «создания гендера», активно участвуя в производстве образов мужественности и женственности; это дает основание рассматривать национальную идентичность в качестве одного из ресурсов контроля над женщинами (Steans 1998).

Подобно тому, как нация не существует вне гендерного дискурса, она невозможна и без войны. История нации воспринимается в качестве, прежде всего, истории ее войн; войны же, во всяком случае, их репрезентации в дискурсе Модерности — это, в первую очередь, соперничество наций (Goldstein 2001). Поэтому образ врага представляет собой столь же необходимый элемент национальной мифологии, как, например, «родная земля», «золотой век», «герои» и др. (Smith 1996). Мы разделяем точку зрения, согласно которой образ врага может быть рассмотрен как социальный конструкт (Aho 1994); он определяется не только реальными качествами соперничающей стороны, но и его функциями: во-первых, поддерживать идентичность социального субъекта, отделяя Чужих от Своих; во-вторых, доказать собственное превосходство (военное, нравственное, наконец, эстетическое) и тем самым способствовать победе над Врагом; в-третьих, упрочить внутренний порядок и провести символические границы в собственном социуме. Отмеченные функции этого образа обуславливают редукцию и референцию составляющих его черт. Враг должен порождать чувство опасности, вызывать убежденность в моральной правоте Своих и неправоте Чужих. Гнев, отвращение, безжалостность — еще один «кластер» чувств, который призван вызывать образ врага; это предполагает использование такого пропагандистского приема, как дегуманизация Врага. Наконец, Враг должен быть изображен достаточно слабым и комичным, чтобы Своих не покидала уверенность в том, что победа неизбежна (Aho 1994; Frank 1967; Keen 1986; Harle 2000). Далее нам предстоит разобраться, как эти функции образа врага реализуются при помощи гендерного дискурса.

2. Гендерный дискурс и военная мобилизация

Война невозможна без использования гендерной идентичности как мужчин, так и женщин. Ее привлекательность связана с тем значением, которое имеет гендерный компонент в структуре идентичности индивида (Goldstein 2001). Согласно т. наз. капиллярной теории власти, власть осуществляется не только через прямое насилие, но также через идентичность и дискурс (Фуко 1996). Скрытая логика, лежащая в основе дискурса военной пропаганды, может быть представлена в виде следующей импликации: «если ты настоящий мужчина, то ты должен поддерживать военные акции и принимать в них активное участие...». Таким образом, апелляция к гендерной идентичности индивида представляет собой тот элемент дискурса военной пропаганды, который устанавливает взаимосвязь между отношением к войне, с одной стороны, и определенными моделями маскулинности и феминности, с другой. В практиках «нормализации» военной пропаганды быть «настоящим мужчиной» означает быть воином; все же прочие стороны маскулинности определяются как нечто второстепенное, маргинальное по отношению к военности. «Маскулинность и воен-

ность» — это первый сюжет мобилизационного дискурса пропаганды, на котором мы считаем необходимым остановиться (илл. 1).

Что делают в это время женщины, точнее, символические женщины пропагандистского дискурса? Они борются за мир (Yuval-Davis 1997). Здесь уместно привести несколько парадоксальную, на первый взгляд, мысль о том, что когда женщины борются за мир, они работают на войну (Goldstein 2001). Ход рассуждений пропагандистского дискурса в этом случае приблизительно следующий: если и только если ты женщина, то ты борешься за мир; если ты мужчина, то ты не женщина; если ты борешься за мир, то ты не мужчина; если ты мужчина, то ты за войну, за жесткость и т. д. Таким образом, обозначение миролюбия как женского (то есть, не-мужского) еще больше гендерно дифференцирует войну и мир; антивоенная пропаганда женского миролюбия укрепляет позиции сторонников войны. Несмотря на столь определенную маркировку войны как маскулинного и мира как феминного, женские роли на войне многообразны, и война так же невозможна без символических женщин, как не существует она и без символических мужчин. Мы постараемся, используя существующие типологии женских ролей в культурных сценариях войны (например, Goldstein 2001), предложить собственный вариант классификации сюжетов.

Во-первых, военные плакаты включают в себя изображения страданий Своих женщин, апеллируя тем самым к гендерной идентичности Своих мужчин, к их роли «защитника» (Yuval-Davis 1997) (илл. 2). Особый модус подобных визуальных репрезентаций связан с созданием картин бесчестия или сексуального насилия, которым Свои женщины подвергаются со стороны Врага-мужчины (илл. 3). Во-вторых, женщины символизируют «нормальное» место, куда солдат возвращается после боев (Goldstein 2001). В связи с этим исключительное значение в пропаганде приобретает образ верной подруги и жены. Соответственно, одной из задач контрпропаганды становится попытка посеять сомнения у вражеских солдат в надежности «тыла». В-третьих, матери, жены, возлюбленные благословляют мужчин, легитимируя тем самым их участие в войне (илл. 4). В-четвертых, женщины служат воплощением чувств сострадания и жалости, которые нация испытывает по отношению к павшим и раненым на поле боя. В-пятых, они выступают в качестве некой награды, которую получают настоящие мужчины. Лучшие женщины любят тех, кто хорошо воюет, выдавая тем самым мужчинам своеобразный сертификат подлинной мужественности. В-шестых, напротив, женщины ставят под сомнение маскулинность тех мужчин, которые не принимают участия в войне или ведут себя недостойно. Другой вариант подобных апелляций к мужской идентичности использует идею мужского братства; мужчины призывают адресата мобилизационной пропаганды стать «нормальным», таким, «как все», присоединившись к армии.

3. Гендерный дискурс как оружие войны

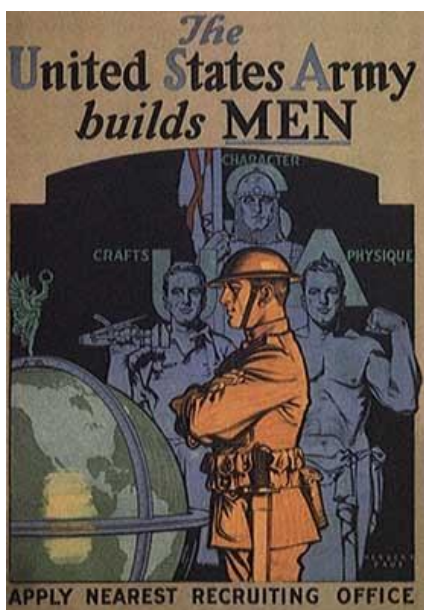
Гендерный дискурс может быть рассмотрен как форма «символического насилия» (П. Бурдьё) над внешними и внутренними Врагами (Bourdieu 1998). Гендерный дискурс представляет собой способ символической организации

мира в бинарных оппозициях, части которых ассоциируются с мужским и женским полами (Cohn 1993: 230). Наряду с прочими идентификаторами, он исполняет роль механизма включения/исключения, конструирующего символические границы между сообществами (Cohen 1985). Отношение между Своими и Чужими составляет ядро коллективной идентичности, и образы гендерного порядка Своих и Чужих представляют собой один из важных интегрирующих/дифференцирующих признаков. При этом первый, как правило, репрезентируется в качестве нормы, в то время как второй — в качестве девиации (Свои мужчины — самые мужественные, Свои женщины — самые женственные и так далее). Таким образом, при помощи гендерного дискурса утверждаются и подтверждаются отношения неравенства и контроля.

Например, в антигерманской пропаганде Первой мировой войны Свои женщины воплощают «нормальную», «женственную» женственность, в то время как немки — жестокость и бессердечие; достаточно активно эксплуатируется идея непривлекательности немецких женщин. Подобный прием используется также в антисоветском дискурсе; в пропаганде Холодной войны доказывалось, что «протivoестественность социализма» в социальном отношении не может не порождать его ненормальности и в плане гендерных отношений (в частности, использовались имеющие глубокие исторические корни обвинения коммунистов в стремлении разрушить моногамную семью и «обобществить женщин»). В свою очередь, идея девиантности «буржуазного Эроса» — один из элементов советской пропаганды. Предметом критики становятся такие элементы гендерного порядка, как идеалы мужественности и женственности, отношения между полами, положение женщины, особенности сексуального поведения, устои буржуазной семьи (Riabova, Riabov 2002; Рябов 2005). При этом создание картин тотальной инаковости капиталистического строя требовало включение в образ врага не только мужчин, но также женщин и детей. Идея девиантности воспитания детей призвана «эссенциализировать» противоречия между Своими и Чужими, показать их сущностный и неустранимый характер. Наконец, в качестве девиантной репрезентируется мужественность Чужих. Свои — это настоящие мужчины, хотя критерии этой мужественности могут быть различные, и данные различия определяются не только особенностями той или иной культуры, того или иного исторического периода, но и гибкостью, пластичностью содержания самих гендерных концептов, которую пропаганда использует в собственных целях. Следует принимать во внимание гетерогенность маскулинности, иерархию различных ее типов (Connell 1995), причем гегемонная маскулинность далеко не всегда включает в себя маскулинные качества в «экстремальной» степени развития (Niva 1998). Кроме того, пропаганда использует гибкость гендерных концептов: одни и те же качества и виды деятельности могут маскулинизироваться или, напротив, феминизироваться в пропагандистском дискурсе (Hooper 2001). Превосходство собственной маскулинности эксплицируется через эстетические и моральные преимущества; активно используются каноны телесности. Например, в российской пропаганде эти цели достигались через противопоставление репрезентаций «русского бо-

гатырства» и «западного рыцарства» (Рябов 2001). Гетерогенность национальной идентичности обуславливает существование не только внешних, но и внутренних Врагов, причем эти образы взаимосвязаны и взаимообусловлены. Соответственно, инаковизация Внутренних Чужих также достигается при помощи отмеченных выше черт гендерного дискурса. Другой формой символического насилия, преследующей те же цели — проведение границ и установление иерархий, внешних и внутренних, — является гендерная метафоризация, сопровождаемая переносом смыслов, заложенных в оппозиции «мужское — женское», на объекты, с полом не связанные (нации, социальные группы, политические институты и др.) (Кирилина 1999). Среди этих смыслов — гендерная асимметрия, что позволяет при помощи гендера создавать и поддерживать властные отношения; при этом иерархия мужественности и женственности как ценностей оказывает влияние на иерархию социальных субъектов, маркировка которых как женственных или мужественных влечет за собой атрибутирование им соответствующих качеств и соответствующего символического капитала. Поскольку гендер используется для обозначения доминирования, постольку феминизация образа врага и маскулинизация Своих — обычный прием военной пропаганды. Соперничество на международной арене облекается в форму соревнования в маскулинности, чем объясняется широкое вовлечение в дискурс международных отношений гендерных и сексуальных метафор, использующих самые разнообразные аспекты взаимоотношений полов. История военной пропаганды знает различные способы символической демаскулинизации соперника (см.: Cohn 1993; Mellman 1998; Hooper 2001; Goldstein 2001: 356—362). Так, достаточно традиционным является пропагандистский сюжет, когда Свои женщины оказываются сильнее неприятельских мужчин. Другой вариант подобной демаскулинизации, обвиняющей Врага в немужском поведении, — изображение его прячущимся за женскими спинами (или под женской юбкой) (илл. 5). Как известно, одним из приемов легитимации власти является использование идеи иерогамии, священного брака Правителя и Земли, известной в политической мифологии с древнейших времен (Kantorowicz 1957). Соответственно, сомнения в способности Врага выполнять подобную роль служат делегитимации его политического порядка. В концептуализации отношений между нациями или между культурами широко используется атрибутирование маскулинных черт Своим и феминных — Чужим. Эксплуатация пропагандой утверждений о женственной природе Врага — тенденция, достаточно хорошо исследованная на примере военного, политического, межкультурного дискурсов (илл. 6). Например, как отмечается в исследовании К. Хагеманн, во время наполеоновских войн «германская нация» характеризовалась в терминах, имеющих маскулинные коннотации; французы же, напротив, описывались при помощи феминных качеств (Hagemann 2000). Это же было отмечено в постколониальных исследованиях, в том числе в труде Эдварда Саида «Ориентализм» (Said 1978), к публикации которого обычно возводят появление этой отрасли знания. При этом, заметим, изображение Врага в женском облике может преследовать цель породить не только ощущение собственной силы и уязвимо-

сти соперника, но и чувство страха перед его силой, коварством и непредсказуемостью. Помимо феминизации Врага, в пропаганде достаточно распространена и противоположная тенденция, а именно изображение собственной нации в женском облике (например, Rickards 1968; Эдмондсон 2003). Ряд сюжетов, связанных с подобной аутофеминизацией, актуализирует женственные жертвенность, слабость, уязвимость собственной нации. Женские фигуры воплощают страдание всей нации, благословляют мужчин на участие в войне, на защиту своей страны или символизируют горе и скорбь Родины. Еще один модус маскулинизации Чужих преследует цель обосновать собственное моральное превосходство при помощи атрибутирования себе феминных качеств. Викторианская парадигма женственности предполагала интерпретацию нравственности (отождествляемой, в первую очередь, с бескорыстием и жертвенностью) как феминного (Elstain 1981); репрезентации собственной страны при помощи образов непорочных женщин — обычный прием военной пропаганды, призванный убедить в чистоте намерений своей державы и справедливом характере войны с ее стороны (Mosse 1985) (илл. 7). Наконец, женские фигуры призваны олицетворять силу нации и свидетельствовать о ее военном превосходстве: они не только вдохновляют мужчин на борьбу, но сами оказываются в центре событий, обнаруживая воинскую доблесть. Этот модус «аутофеминизации» предполагает использование таких смысловых оттенков образа женственности, как сила, власть, мудрость, ассоциируемые в первую очередь (но не только) с фигурой матери (илл. 8). Отмеченные выше закономерности, по всей вероятности, достаточно универсальны. Многообразие смыслов, заключенных в концептах маскулинного и феминного, требует учитывать «инструментальный», ситуативный, подвижный характер представлений о мужском и женском, их контекстуальную обусловленность. Вместе с тем необходимо принимать во внимание особенности использования пропагандой гендерного дискурса, связанные с вариативностью представлений о маскулинности и феминности в различных культурах. Кроме того, следует учитывать гибридные формы гендерной метафоризации, порожденные определенной «асимметричностью» развития различных культур в эпоху Модерности и делением человечества на Запад и «Все Остальное» (Hall 1992). Особое значение имеет то, что «Запад» в этот период выступает в качестве универсального референта, репрезентируя себя при этом как «стопроцентно» маскулинную культуру. В подобных условиях все не-западные культуры — включая и русскую — вынуждены определяться по отношению к этой норме, избирая самые разнообразные дискурсивные стратегии поисков национально-культурной идентичности. Это может породить своеобразную аутофеминизацию не-западных культур как форму «колониальной мимикрии» (Bhabha 1994). На наш взгляд, именно в этой перспективе должны быть рассмотрены такие специфические феномены гендерных отношений отечественной культуры, как «миф о русской женщине» (Рябов 2000), идея женственности России и сам концепт Матушки-Руси (Рябов 2001).



Илл. 1. Paus H. The United States Army builds MEN (1916, США) // Rawls W.H. Wake up, America!: World War I and the American Poster. New York: Abbeville Press, 1988.



Илл. 2. It's Up to You. Protect the Nation's Honor. (Первая мировая война, США) // Keen S. Faces of Enemy: Reflections of the Hostile Imagination. San Francisco: Harper & Row, 1986.



Илл. 3. Антонов Ф. Боец Красной Армии! Ты не дашь любимую на позор и бесчестье гитлеровским солдатам (1942, СССР) // Демосфенова Г. Л. Советский политический плакат. М., 1962.



Илл. 4. Сын мой! Иди и спасай Родину! (Россия, Гражданская война, Добровольческая армия) // www.mina.ru



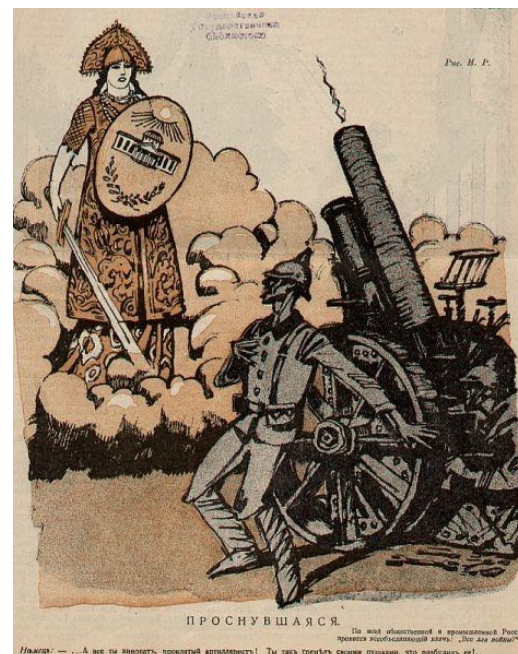
Илл. 5. Дени В. Буржуй — Эх, опять от красных удирать надо!.. (1920, Россия) // Советский плакат эпохи гражданской войны, 1918-1921. М., 1960.



Илл. 6. Ник К. Польша с молотка (1923, СССР) // Красный перец. 1923. № 16.



Илл. 7. Согласие (Первая мировая война, Россия) // Jahn H. F. Patriotic Culture in Russia during World War I. Ithaca: Cornell University Press, 1995.



Илл. 8. Н.Р. Проснувшаяся (1915, Россия) // Новый сатирик. 1915. № 24.

Библиографический список

- Кирилина А. В.* Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999.
- Рябов О. В.* Конструируя американского «Врага»: «Свои» и «Чужие» в гендерном дискурсе советской пропаганды времен «холодной войны» (1945—1963) // Российско-американские отношения в условиях глобализации. М., 2005. С. 152—158.
- Рябов О. В.* «Матушка-Русь»: Опыт гендерного анализа поисков национальной идентичности России в отечественной и западной историософии. М., 2001.
- Рябов О. В.* Миф о русской женщине в отечественной и западной историософии // Филологические науки. 2000. № 3. С. 28—37.
- Фуко М.* Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности: Работы разных лет. М., 1996.
- Эдмондсон Л.* Гендер, миф и нация в Европе: образ матушки России в европейском контексте // Пол. Гендер. Культура: Немецкие и русские исследования / Под ред. Э. Шоре, К. Хайдер. Вып. 3. М., 2003. С. 135—162.
- Aho J. A.* This Thing of Darkness: A Sociology of the Enemy. Seattle, 1994.
- Bhabha H. K.* The Location of Culture. London; New York; Routledge, 1994.
- Blom I.* Gender and Nation in International Comparison // Gendered Nations: Nationalisms and Gender Order in the Long Nineteenth Century / Ed. by I. Blom, K. Hagemann, C. Hall. Oxford; New York, 2000.
- Bourdieu P.* Practical Reason: on the Theory of Action. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1998.
- Cohen A. P.* The Symbolic Construction of Community. Chichester: E. Horwood; London; New York: Tavistock Publications, 1985.
- Cohn C.* «Wars, Wimps, and Women: Talking Gender and Thinking War» // Gendering War Talk / Eds. by M. Cooke, A. Woollacott. Princeton. N.J.: Princeton University Press, 1993.
- Connell R. W.* Masculinities. Berkeley: University of California Press, 1995.
- Elstain J. B.* Public Man, Private Woman: Women in Social and Political Thought. Princeton. N.J.: Princeton University Press, 1981.
- Frank J. D.* Sanity and Survival: Psychological Aspects of War and Peace. New York: Random House, 1967.
- Gender Ironies of Nationalism: Sexing the Nation* / Ed. by T. Mayer. London; New York: Routledge, 2000.
- Goldstein J. S.* War and Gender: How Gender Shapes the War System and Vice Versa. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Hagemann K.* A Valorous Volk Family: The Nation, the Military, and the Gender Order in Prussia in the Time of the Anti-Napoleonic Wars, 1806-15 // Gendered Nations: Nationalisms and Gender Order in the Long Nineteenth Century.
- Hall S.* The West and the Rest: Discourse and Power // Eds. by S. Hall, B. Gieben. Formations of Modernity. Cambridge: Polity/Open University, 1992.
- Harle V.* The Enemy with a Thousand Faces: The Tradition of the Other in Western Political Thought and History. Westport, 2000.
- Hooper Ch.* Manly States: Masculinities, International Relations, and Gender Politics. New York: Columbia University Press, 2001.
- Kantorowicz E. H.* The King's Two Bodies: A Study in National Political Theology. Princeton, 1957.
- Keen S.* Faces of the Enemy: Reflections of the Hostile Imagination. San Francisco, 1986.
- McClintock A.* Imperial Leather: Race, Gender, and Sexuality in the Colonial Conquest. New York: Routledge, 1995.