

СПОРТ, ГЕНДЕР И НАЦИЯ (Riefenstahl + Rammstein)

Александр Сарна

...В мое распоряжение были предоставлены огромные средства. Перед съемками Гитлер сказал: “Сделайте фильм, в котором все увидят мощь и величие Германии”. Десятки кинокамер фиксировали Олимпийские игры 1936 года. Было отснято 1.300 тысяч футов пленки, из которых в фильм вошло всего 20 тысяч.

Лени Рифеншталь

Античные скульптуры оживают в образах обнаженных атлетов. Так начинается “Олимпия” – фильм, который меня потряс.

Уолт Дисней

В данной статье мы попытаемся рассмотреть различные аспекты гендерной репрезентации в визуальных практиках немецкой культуры XX в. (в период до и после второй мировой войны), которые можно охарактеризовать также как техники конструирования национального самосознания в политических либо идеологических целях. Постановка проблемы именно в таком аспекте представляется нам особенно актуальной для современной культуры с ее стремлением к тотальной визуализации, ведь “репрезентации в визуальной культуре (кинематограф, живопись, реклама, медиа) (...) влияют на социальные представления, направляя повседневные социальные практики и тем самым конструируют саму сексуальность (посредством телесности. – А. С.), а также и субъекты сексуальности” [10; 12]. Тем самым гендер выступает не только как своеобразный “маркер” индивидуальной идентичности, но также аудиовизуальный канал получения и переработки различной социально значимой информации.

В качестве такого рода информации для нас будет выступать знаменитый фильм Лени Рифеншталь “Олимпия” (1938), посвященный главному спортивному событию тех лет – XI летним Олимпийским играм, проходившим в Германии в 1936 г., а также интерпретация (перекодировка и новое структурирование) этого визуального материала в музыкальном видеоклипе “Stripped” немецкой группы “Rammstein”. В контексте данного исследования мы будем опираться на понятие нации, свойственное конструктивистскому направлению в социальной теории [см.: 1, 8, 9] и определим ее в качестве “продукта воображения” некоторой общности людей, объеди-

ненных общей идеей государственности, которая включала бы в себя различные группы, классы и этносы, подчиня локальные интересы исключительно высшему идеалу наилучшего (с их точки зрения) общественного устройства.

При этом в дальнейшем мы не станем углубляться в детальные социально-психологические механизмы формирования немецкого национального самосознания в 30–90-е гг. и сосредоточим все наше внимание лишь на трех ключевых этапах этого процесса, а именно на специфике визуальной *репрезентации*, социального *позиционирования* и национальной *идентичности*. Репрезентация выступает здесь в качестве определенной, точно рассчитанной на достижение конкретного результата (эффекта зрительского восприятия как некоторого “взгляда” на Олимпийские игры, их видения под определенным углом) техники представления визуального материала в виде кинофильма или видеоклипа; позиционирование представляет собой процесс фиксации в социальной структуре того “места”, откуда и становится возможен этот “взгляд” и с которым он в дальнейшем отождествляется; наконец, зрительская идентификация и осознание себя именно зрителем (очевидцем) в качестве обладателя данного взгляда и данной позиции в обществе приводит к закономерному результату – формированию субъекта визуального восприятия как члена некоторой социальной общности, объединенной общими целью, интересами и представлениями (в данном случае – спортивными) и опирающейся на определенные ключевые концепты и образы.

В нашем материале это прежде всего образы *мужского* и *женского* тела, т. е. тела спортсменов и спортсменок, динамично включенные в процесс спортивных состязаний и демонстрирующиеся как объекты в нарративной структуре кинофильма (видеоклипа). Наша задача состоит в том, чтобы показать планомерную и в каком-то смысле неизбежную эксплуатацию этих образов при переходе из области визуальной репрезентации гендера как “социокультурной политики пола” [см.: 2, 9] в сферу национального самосознания и государственной нацистской идеологии (в случае с Лени Рифеншталь), а также их трансформацию в современной ситуации объединенной Германии и активного формирования т. н. “мультикультурного” общества (в случае с группой “Rammstein”).

Германский фашизм сложился как тоталитарная система, вторгающаяся с чисто политическими целями даже в область искусства, разрабатывающая эстетический канон арийской расы как исключительно *здоровой* и *чистой* (в том смысле, как употребляет это понятие антрополог М. Дуглас [см.: 5]), и ради этого эксплуатирующая в пропагандистских целях образ “античного тела” как *идеал* гармоничного развития, здоровья и красоты. При этом эстетика фашизма и нацистская идеология в целом опирались на утопические представления о “золотом веке” античности, когда люди были подобны богам, а в Новейшее время наследниками их бывшего величия становятся спортсмены. Именно поэтому “Берлинская олимпиада проводилась в утрированно архаическом стиле. Не случайно там впервые

со времен Эллады был зажжен – по предложению Гитлера – переданный по эстафете олимпийский огонь. (...) В “Олимпии” архаика толковалась как возвращение к античной гармонии – фильм начинается с того, что греческая статуя на глазах у зрителя перевоплощается в немецкого спортсмена” [4; 195].

Такова основная идея фильма “Олимпия”, в котором атлеты уподобляются героям прошлого и только они (под чутким руководством фюрера) способны сохранить и преумножить наследие предков. На эту магистральную идею работают все элементы в нарративной структуре киноленты, разворачиваясь наиболее показательно и последовательно в самом начале повествования, где можно выделить три основных фрагмента: 1) *статуарность* (окаменелость), т. е. неподвижность мраморных статуй, застывших в различных позах; 2) магическое “*оживление камня*”, когда образы человека и статуи с помощью комбинированных съемок накладываются друг на друга и начинается их движение; 3) *сакрализация*, в процессе которой происходит отождествление воскресших героев с современными атлетами. Происходящая при этом объективация образов тела становится средством визуализации идеологических концептов (в ремиссии “*сильное-красивое тело*” – “*здоровая-активная нация*” – “*истинный/истинная-чистый/чистая афиец/африйка*”). (Ср. с лозунгами, которые “Гитлерюгенд” предлагал девушкам и юношам: “Будь верна, будь чиста, будь немкой” (для девушек) и “Живи верным; борись смелым; умри, смеясь” (для юношей) [см.: 9; 81].)

Опираясь на эти концепты и образы, кино Лени Рифеншталь тем самым становится инструментом мощной и эффективной пропаганды идей Вермахта, а сам институт кинематографии используется германским государством уже не столько в эстетических, сколько в идеологических целях. У “Rammstein” же эта семантическая цепочка инверсивно выстраивается как “*сильное-красивое тело*” – “*здоровый/здоровая-активный/активная потребитель/потребительница*” – “*богатое-стабильное общество*”. В обоих случаях механизмы конструирования гендера активно участвуют в процессах социализации и позволяют включить (“имплантировать”) зрителя как потребителя определенного типа идеологии в практику ретрансляции нацистских либо либерально-демократических идеалов в дискурсивном контексте спортивного зрелища.

Именно спорт становится ареной идеологической интервенции в сознание обывателя, поскольку этот вид деятельности “является специфической психологической репрезентацией нации. Кроме того, спортивная игра – в своей непосредственной визуальной форме и в последующих текстовых комментариях – это и педагогический инструмент в производстве нации как “естественного” единства. Политическая экономия СМИ ввела спортивное событие в ранг визуальных средств, формообразующих и педагогических, ценностных и поведенческих, благодаря которым нация как тотальность символически неотделима от нации-государства” [6; 269]. При этом “спортивное событие и сопутствующая ему медиасфера являются (...) не только

“местом достаточно специфических социальных практик” [12; 341], но и активно используемым символическим ритуалом, эффективно и эффектно экспроприрующим традиционные визуальные компоненты воображения и перформанса “нации”, когда профессиональная рационализация игрового представления (концепция тренера – правила игры – судья – функции игроков) неотторжимо сочетается с экспромтом трибунного поведения и текстуальным бодибилдингом здорового – и единого – тела нации в медиасфере” [6; 328]. “Скрытым объектом” визуальной репрезентации олимпийских состязаний тем самым становится, по словам П. Бурдые, “совокупность изображений этого зрелища, отснятых и показанных телевидением (или кинематографом, как в случае с Лени Рифеншталь. – А. С.) и отбор по национальному принципу, сделанный в материале о происходящем на стадионе, не носящем на первый взгляд национального характера (поскольку состязания являются международными). Этот объект является скрытым вдвойне, поскольку, во-первых, никто не видит его целиком и полностью, а во-вторых, у каждого телезрителя (и кинозрителя. – А. С.) может возникнуть иллюзия того, что он видел *единственное* истинное зрелище Олимпиады” [3; 144].

Чисто визуально этот эффект у Лени Рифеншталь достигается за счет демонстрации тел спортсменов и болельщиков в различных ракурсах путем переключения внимания зрителя, его фокусировки в масштабах крупного, среднего и общего планов, детального выстраивания кадра в рамках определенного композиционного решения, а также дальнейшего комбинирования этих образов в процессе внутрикадрового и межкадрового монтажа. При этом мы наблюдаем своеобразную “экспроприацию тел” в двух основных режимах визуализации – *коллективном* (общий план) и *индивидуальном* (крупный план). Общим планом, наиболее удаленным от места событий, показаны, как правило, достаточно большие группы (спортсмены, болельщики и девушки, участвующие в церемонии открытия игр), в то время как победители каждого этапа соревнований автоматически удостоиваются права на демонстрацию их крупным планом.

Однако это лишь отдельные, единичные случаи, поскольку эстафета побед и поражений достаточно мимолетна и имена победителей стремительно сменяют друг друга. Правом же априорного показа крупным планом своего изображения на экранах по-настоящему обладают лишь два ключевых персонажа, скрепляющие, нанизывающие на себя, как на смысловой стержень киноповествования, весь остальной визуальный материал. Это фигуры *комментатора*, ведущего свой репортаж о происходящих событиях из радиокабинки стадиона и занимающего позицию стороннего наблюдателя, и, конечно, фигура *вождя*, наблюдающего за соревнованиями из правительственной ложи в окружении своих соратников по партии.

В первой части фильма главным действующим лицом становится именно фюрер, несмотря на то что темнокожий атлет из США Кристен Оуэнс появляется в кадре 23 раза, а Гитлер – “всего лишь” 19 раз, из которых 6 раз – на трибуне (общий план), 5 раз – в ок-

ружении соратников по партии (средний план) и 8 раз – крупным планом. Дело в том, что именно вождь больше, чем кто-либо другой, демонстрировался “предельно” крупно, на грани допустимой дистанции восприятия, причем делалось это не путем приближения к нему самой камеры, но увеличения изображения в процессе фокусировки. В результате таких операторских манипуляций почти все пространство экрана занимает лицо Гитлера, и именно оно становится даже не столько объектом наблюдения, сколько основным средством передачи выразительности, эмоциональности, идейного содержания, оказывая на зрителя в процессе демонстрации кинофильма наибольшее воздействие. На долю Оуэнса приходится лишь средний план, который оптимально служит для предъявления в полный рост его прекрасно сложенного, атлетичного тела. Однако это говорит, скорее, о сексуальных пристрастиях Л. Рифеншталь, нежели о ее стремлении спровоцировать у зрителей сомнение в превосходстве (в том числе – и спортивном) белой расы как “исконно арийской”. Известно, что в период съемок она была совершенно очарована спортивным мастерством и телесным совершенством американского спринтера, сделав его объектом своего “визуального фетишизма”. Фюрер же сохраняет безусловное духовное лидерство и идейное превосходство, оставаясь для режиссера культовой фигурой, “воплощением божества” и выступая в роли Отца и Учителя по отношению как к самой Рифеншталь, так и нации в целом.

Фигура же комментатора в структуре кинонарратива чисто функциональна и нужна, с одной стороны, для визуализации вербального контекста и оживления информационной составляющей (статистические данные, имена победителей, показатели выступлений и пр.), а с другой – для символизации всеобщего интереса мировой общественности к Олимпийским играм как событию планетарного масштаба, поскольку речь идет об интернациональной бригаде комментаторов, сменяющих друг друга у микрофона. Естественно, только фюрер может в таком контексте претендовать на роль Верховного Режиссера разворачивающегося действия и легитимировать это всенародное зрелище в качестве события, решающего для формирования самосознания нации. Сам факт присутствия Гитлера на стадионе призван вдохновлять немецких атлетов на достижение высших результатов и подчеркнуть всю значимость их выступлений на спортивной арене, т. к. “спортивная игра, будь то одиночный или коллективный сценарий, является и миниатюрной формой гомосоциальной организации нации как тотальности, подчиняющейся единому замыслу тренера (или вождя. – А. С.) и требованиям функционального контроля” [6; 329]. Тем самым спорт также становится средством конструирования нации, выступая в роли символического инструмента объединения всех спортивных болельщиков в едином экстагическом порыве, с(т)имулирующем дальнейшую борьбу немцев за мировое господство [см. 13].

В этой связи примечательно, что “Rammstein” сразу исключает из своего клипа обе названные фигуры, что приводит к смысловой

децентрации, рассыпанию видеоряда на отдельные “картинки”, добиваясь фрагментации изображения в полном соответствии с канонической эстетикой жанра. Именно этот прием можно считать не только обязательным условием, но и самым радикальным шагом на пути символического перехода от “кинототалитаризма” к “видеодемократии”. Единственным атрибутом идеологического маркирования видеопродукции группы в процессе возвращения от пропаганды к спорту остается само название альбома 1998 г. (в состав которого и вошла данная композиция) – “(Various artists) *For the masses*”, т. е. “Для масс”. Тем самым изначально уже на уровне номинации в оформлении альбома закладывается цель и адресат (получатель) данного послания, а также программируется (хотя и с достаточной долей иронии) уровень восприятия и обработки музыкальной информации как изначально ориентированной на самую широкую аудиторию и исповедующую идеологию массового потребления.

“Rammstein” осуществляет при этом концептуальное движение “от политики к пародии”, т. е. противоположное тому, которое предлагала и разрабатывала Дж. Батлер [см. 2]. Дело в том, что группа изначально позиционирует себя именно и только в качестве немецкоязычной, на чем и зарабатывает не только символический, но и финансовый капитал. Это релевантно позициям радикальных антиглобалистов и столь же экстремальных полиэтноцентристов, не выпадая из тотально англоязычного контекста мировой шоу-индустрии, но сознательно противопоставляя себя ему. Их имидж достаточно однозначно ориентирован на реконструкцию образа “немецкости” и, хотя не имеет никакого отношения к государственной идеологии, тем не менее зачастую распознается в наиболее одиозном варианте как “новая тевтонская жестокость”, что для многих означает несомненную генеалогическую близость к фашизму. Однако в данном случае мы сталкиваемся с еще более неоднозначной и даже парадоксальной ситуацией: представляя собой фактически вызов современной поп-культуре и предпочитая играть в ее пространстве по своим собственным правилам, “Rammstein” здесь делает исключение из этих правил. Он дает свою “утяжеленную” версию музыкальной аранжировки, но сохраняет *английский* текст “Stripped”, позаимствовав его у культовой британской группы “Depesh Mode”.

Тем самым складывается эффект иронического мультикультурального обыгрывания в *визуальном* плане подлинности “натурализированного идеала” чистоты немцев как исконных наследников арийской расы и дистанцирования от него посредством включения *вербального* англоязычного (кон)текста. В результате мы как бы слышим “подрывной хохот в пастиш-эффекте пародийных практик, в которых первоначальное, аутентичное и реальное сами конституируются в качестве эффектов” [2; 170]. “Stripped” как будто изначально используется здесь в качестве рекламы современной ситуации, когда занятие спортом как процесс потребления одновременно оказывается и производством – конструированием сознания субъекта в агрессивной мультимедийной среде в соответствии со сложивши-

мися стилями и социальными нормативами спортивной деятельности. Кроме того, такая стратегия может быть расценена в качестве попытки (и весьма небезуспешной) индивидуальной *“мимикрии”*, осуществляемой тем не менее на коллективном уровне с целью адаптации форм потребления как сферы социализации и самоактуализации личности в современном постколониальном обществе [см. 7]. *“Мимикрия постколониального субъекта* поэтому является потенциально дестабилизирующей колониальный дискурс и создает *“пространство”* значительной политической и культурной неустойчивости в структуре имперского господства” [11; 142].

Следует обратить внимание также на следующий момент. Жанр *“Олимпии”* не поддается однозначной идентификации, поскольку это произведение поистине монументально в своей полифункциональности. Его можно определить как документальное или авторское кино (т. н. *“indi-проект”*), журналистский репортаж об Олимпийских играх, включающий в себя отчет о происходящих спортивных состязаниях, либо как своеобразную рекламу, извещающую международную зрительскую аудиторию о достижениях немецких спортсменов в *“тепличных”* условиях Третьего рейха. Тем самым в *“ткани”* гибридной жанровой формы этого кинотекста заключены потенциальные возможности многочисленных вариантов *“отпочкования”* самостоятельных *“поджанров”* и оформления их в виде автономных жанровых единиц. Так в дальнейшем и произошло, о чем свидетельствует сам факт появления музыкального видеоклипа группы *“Rammstein”*, возникновение телерепортажей в виде спецвыпусков спортивных новостей (*“Дневники Олимпиады”*), а также повсеместное распространение 30–40-секундных заставок к телетрансляциям Олимпийских соревнований.

Возникновение и развитие этих жанров как совершенно оригинальных типов визуальных коммуникаций позволяет говорить о своеобразной *“экономике визуальности”*, которая реализуется в последовательной концентрации (накоплении) ресурсов. Это, прежде всего, стратегическое ограничение эфирного времени телетрансляций с целью сокращения финансовых затрат, приводящее к совершенствованию технических средств и способов *“сжатия”* используемого видеоматериала, что, как выяснилось впоследствии, открывает практически неограниченные возможности варьирования различных техномодификаций современного массового сознания.

Этапы этой своеобразной *“модернизации”* визуальности предстают в виде динамичной смены (главным образом уменьшении или сокращении) параметров *формата* сообщений как наиболее значимых при организации подобного рода текстов. Так, если общий хронометраж *“Олимпии”* превышает 3 часа и длится 193 минуты, то время демонстрации видеоклипа *“Rammstein”* сокращается до 4 минут; соответственно меняется темп и скорость передачи визуальной информации, а также интенсивность ее восприятия. Если неторопливая и размеренная кинопоэтика *“Олимпии”* укладывается в ритмическую структуру *эпоса* и организует визуальное восприятие в режиме тор-

жественно-пафосного медитативного созерцания и релаксации, то клип “Rammstein” разрушает эту идиллию, а убийственный ролик фактически любой телезаставки действует мгновенно и мобилизует все ресурсы зрительской энергетики в процессе своеобразной визуальной Blitzkrieg, интенсифицируя их с максимальной мощностью.

Таким образом, телесность, представленная в “Олимпиаде” как “тело нации”, репрезентирует свою коллективную природу; она достаточно статична и определяется различными диспозициями индивидуальных тел в общем соотношении “мужского” и “женского”. “Stripped” открывает нам новые конфигурации и сочленения этого гендерного образования, фрагментарность которого теперь позволяет добиваться эффективной локализации потребительских интересов в виде отдельно взятых индивидуальных стратегий идентичности. И здесь достаточно четко прослеживается функция гендера как посредника в процессе формирования конструкта нации при визуализации на экране образов мужского и женского тела. Гендер в данном контексте становится необходим в своем *когнитивном аспекте* как инструмент или средство работы с телесностью: в визуальном плане она представлена изначально лишь как “сырой”, необработанный материал, посредством которого осуществляется сенсорная нагрузка сознания реципиента в процессе зрительного восприятия и который с необходимостью нуждается в дальнейшей эстетической и идеологической обработке. Только после этой хоть и “вторичной”, но не менее значимой процедуры субъект восприятия сумеет распознать в данной фактуре не просто *человеческое* тело, но *красивое женское* или *мужское* тело, которое принадлежит *спортсменам (-кам)*, причем именно *немецким* спортсменам и спортсменкам.

Далее также выявляются дополнительные функциональные возможности гендера как механизма социальной идентификации, где он опять-таки выполняет роль посредника, но уже в иной, *социальной* плоскости. Теперь он становится связующим звеном среднего уровня между *микро-* (спорт) и *макро-* (нация) уровнями групповой или коллективной идентификации. Так, на уровне малых групп мы имеем дело с хаотическим множеством индивидуальных пристрастий спортивных болельщиков, объединенных в относительно небольшие группы приверженцев того или иного вида спорта (спортклуба) [см. 14]. Гендерная идентичность позволяет сгруппировать их по признакам сексуальной принадлежности к мужскому или женскому полу. И уже только после этого на заключительном этапе процесса идентификации мы можем выйти на уровень тотального, всеобщего объединения индивидов в единое целое – нацию, которая “поглощает” и “растворяет” в себе как хаотическое множество спортивных, так и бинарное противопоставление половых идентичностей. Таким образом, гендер выступает для нас, во-первых, как социокультурный механизм *распознавания* тела в качестве объекта наблюдения со стороны зрителя, а во-вторых, *отождествления* с этим наблюдаемым телом как образцом национального единства, снимающего противоречия спортивного и полового различий.

Таковы основные доминанты визуальной репрезентации, задающие четко сфокусированные модусы восприятия и, как следствие, разнообразные способы “распознавания” себя как представителя определенной части зрительской аудитории, идентифицируемой уже не только по половому, но и национальному признаку в дискурсе “идеологии спорта” при переходе от тоталитаристской к мультикультурной медиакратии.

Литература

1. Андерсон Б. *Воображаемые сообщества*. М., 2001.
2. Батлер Дж. *От пародии к политике* / Введение в гендерные исследования. Ч. 2. Харьков; СПб., 2001. С. 164–173.
3. Бурдые П. *О телевидении и журналистике*. М., 2002.
4. Генис А. *Вавилонская башня: искусство настоящего времени*. М., 1997.
5. Дуглас М. *Чистота и опасность*. М., 2000.
6. Новикова И. И. *T/RUS не играет в хоккей, или как сжечь флаг, когда кончились памятки?* / О муже(н)ственности. М., 2002. С. 327–344.
7. Ушакин С. А. *Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита* // Социологический журнал. 1999. N 3–4.
8. Хюбнер К. *Нация*. М., 2001.
9. Юваль-Дейвис Н. *Гендер и нация*. Рига, 2001.
10. Ярская-Смирнова Е. Р. *Социокультурная репрезентация гендерных отношений* / Социокультурный анализ гендерных отношений. Саратов, 1998. С. 5–14.
11. Ashcroft B., Griffiths G., Tiffin H., eds. *Key concepts in post-colonial studies* / The postcolonial studies reader. L.: Routledge, 1998.
12. Bourdieu P. *How can one be a sports fan?* / The cultural studies reader. L., N.-Y.: Routledge, 1993.
13. Hargreaves J. A. *Sport, Power and Culture*. Cambridge: Polity Press, 1987.
14. Parker A. *Sporting masculinities: gender relations and the body* / Understanding masculinities: social relations and cultural arenas. Buckingham, UK and Bristol, PA: Open University Press, 1996. P. 126–138.