

## Стереотипизация как оружие пропаганды холодной войны: воинская маскулинность в советской песне

**Рябова Т.Б.**

**ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет  
им. А.И. Герцена» (ФГБОУ ВО РГПУ им. А.И. Герцена),**

**г. Санкт-Петербург, Российская Федерация**

**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5270-7911>, e-mail: [riabova2001@inbox.ru](mailto:riabova2001@inbox.ru)**

**Цель.** Исследовать, как советская пропаганда холодной войны использовала стереотип маскулинности в репрезентациях военнослужащих СССР и США.

**Контекст и актуальность.** Актуальность обусловлена необходимостью изучения приемов и ресурсов создания образа врага. Впервые в качестве ресурса пропаганды холодной войны анализируется такой источник, как песня.

**Дизайн исследования.** Для проверки гипотезы о том, что советская песня о военных содержит два модуса стереотипа маскулинности (мужской стереотип как таковой и стереотип советского мужчины), сначала изучались характеристики военных СССР и США, далее они соотносились с мужским стереотипом, затем — со стереотипом советской маскулинности.

**Методы (инструменты).** Массивом информации для анализа выступили тексты 190 советских песен (1946—1991), в которых присутствуют образы военнослужащих СССР и США. Метод исследования — контент-анализ: количественный и качественный. Смысловые единицы анализа: качества и социальные роли, приписываемые мужчине и советскому мужчине.

**Результаты.** Дана оценка роли гендерной стереотипизации в репрезентациях «своих» и «чужих» на материале такого источника, как песня. Показано влияние советской идеологии на корректировку содержания стереотипа мужчины. Установлено, что для создания репрезентаций военнослужащих СССР и США привлекались два модуса стереотипа маскулинности: и «свои», и «чужие» оценивались через призму, с одной стороны, стереотипа настоящего мужчины (сила, отвага, выдержка и др.), с другой — стереотипа советского мужчины (коллективизм, патриотизм, отзывчивость и др.).

**Выводы.** 1) Песня выступала одним из ресурсов конструирования образа врага. 2) Гендерная стереотипизация являлась востребованным приемом пропаганды холодной войны. 3) Подтверждены основные закономерности стереотипизации: «свои» репрезентируются более нюансировано и позитивно, чем «чужие».

**Ключевые слова:** стереотипизация, гендерные стереотипы, маскулинность, пропаганда, советская песня, холодная война, образ врага.

**Финансирование.** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (РНФ) № 22-18-00305, <https://rscf.ru/project/22-18-00305/> в ФГБОУ ВО РГПУ им. А.И. Герцена.

**Для цитаты:** Рябова Т.Б. Стереотипизация как оружие пропаганды холодной войны: воинская маскулинность в советской песне // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 4. С. 90–106. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2022130406>

## Stereotyping as a Weapon of Cold War Propaganda: Military Masculinity in Soviet Songs

Tatiana B. Riabova

Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5270-7911>, e-mail: [riabova2001@inbox.ru](mailto:riabova2001@inbox.ru)

**Objective.** *The article examines how the Cold War propaganda employed the male stereotype in the representations of the Soviet and U.S. militaries.*

**Background.** *The relevance is determined by necessity to study the methods and resources, which are used in creating the image of the enemy. For the first time the Soviet songs have been analyzed as a weapon of the Cold War propaganda.*

**Study design.** *The research hypothesis was that the Soviet songs about the militaries contained two components related to masculinity. First, the identified characteristics of the militaries have been compared to the male stereotype per se; then – to the stereotype of Soviet masculinity.*

**Measurements.** *The research materials consist of 190 Soviet songs (1946–1991) which contain the images of Soviet and U.S. militaries. Content analysis serves as the research method. The units for analysis: features and social roles attributed to a man and to a Soviet man.*

**Results.** *The role of gender stereotyping in representations of “us” and “them”, in creating the image of the enemy has been examined on the data of the songs. The influence of the Soviet ideology on correcting male stereotype has been investigated. It was established that two modes of male stereotype used for creating the representations of Soviet and US militaries: both “us” and “them” were estimated through the light of stereotype of “real man”, on the one hand (strength, courage, self-control, and others), and through the light of stereotype of Soviet man, on the other hand (collectivism, patriotism, mercy, and others).*

**Main conclusions.** *First, Song served one of resources in creating the image of Enemy; second, gender stereotyping functioned as an important method of the Cold War propaganda; third, main regularities of social stereotyping have been confirmed: “us” were represented in more detailed and more positive ways, then “them”.*

**Keywords:** *stereotyping, gender stereotypes, masculinity, propaganda, soviet song, Cold war, image of enemy.*

**Funding.** *The reported study was funded by Russian Science Foundation, project number 22-18-00305, <https://rscf.ru/en/project/22-18-00305/> at the Herzen State Pedagogical University of Russia.*

**For citation:** Riabova T.B. Stereotyping as a Weapon of Cold War Propaganda: Military Masculinity in Soviet Songs. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2022. Vol. 13, no. 4, pp. 90–106. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2022130406> (In Russ.).

### Введение

Стереотипизация является эффективным оружием пропаганды (см. об этом, например: [20]). Предполагающая навязывание определенной точки зрения и установление того, что есть норма и что есть девиация, пропаганда по самой своей сути связана с дискурсивным производ-

ством «своих» (тех, кто этой норме следует) и «чужих» (тех, кто ее нарушает). Подобный бинаризм пропагандистского дискурса включает в себя формирование оценок и на их основе иерархических отношений между «своими» и «чужими». В политической пропаганде эта дифференциация наиболее важна; напомним,

что, по оценке К. Шмитта, разделение на друзей и врагов выражает саму сущность политического [13]. Особую значимость имеет такой модус репрезентаций «чужих», как образ врага.

Богатый материал для исследования того, как пропаганда при помощи стереотипов создавала образы «своих» и «чужих», дает эпоха холодной войны, когда СССР и США репрезентировали друг друга в качестве «врага номер один». Мы остановимся на использовании советской пропагандой такого вида стереотипов, как гендерные — тем более, что вопросы гендерных и семейных отношений занимали важное место в советско-американской конфронтации, как показано в работах многих отечественных и зарубежных исследователей (например, [8; 21; 22; 26]). Стереотип маскулинности имеет особое значение, что связано с тем, что в ходе военно-политических конфликтов наиболее востребованными оказываются стереотипно мужские черты. Кроме того, те характеристики, которые являются атрибутами образа врага (прежде всего, опасность), ассоциируются, в первую очередь, с образом мужчины<sup>1</sup>.

В качестве источников в нашем исследовании выступает такой вид массовой культуры, как песня. В отличие от кинематографа, роль которого в холодной войне анализируется интенсивно (см. о кинематографической холодной войне: [30, с. 123; 33]), музыка в контексте конфронтации сверхдержав изучается пока недостаточно (среди работ, заслуживающих отдельного упоминания, отметим: [14; 19; 31]). Еще меньше «повезло» песне, исследование функций которой как оружия холодной войны только начинается. Между тем роль песни в советской

пропаганде сложно переоценить [2]; она выступала важным инструментом формирования идейных убеждений и нравственных качеств советского человека [3; 11]. С одной стороны, песни в большей или меньшей степени отражали официальную точку зрения; они, подвергаясь всем формам идеологического контроля, выполняли пропагандистские функции. С другой стороны, песня обладает рядом специфических свойств, которые отличают ее от других видов массовой культуры, используемых в создании образов «своих» и «чужих». Прежде всего, это интерактивность: советский человек не только слушал песни, но и исполнял их, а иногда и сочинял. Далее, это массовость: песни звучали не только со сцены, но также по радио и телевидению, на танцплощадках, на строевом плацу, за праздничным столом. Затем это эмоциональность: песни были ориентированы на особый отклик человека. Кроме того, необходимо принимать во внимание, что некоторые поджанры песни (например, авторская и так называемая дворовая песня) в меньшей степени контролировались властями, чем, скажем, кинематограф. Наконец, это синтетический характер создания образа в песнях, объединение в них стихотворного текста и музыки, что делало их особенно эффективным инструментом убеждения; при этом следует учитывать и связанные с этим ограничения: при создании идеологических меседжей на выбор авторами слов влияют как жанр музыки, так и закономерности поэтического творчества (рифмы, стихотворный размер и т.д.). Материалом для анализа выступают тексты советских песен, содержащие репрезентации военнослужащих СССР и США.

<sup>1</sup> Показательно, что и в межличностных отношениях опасность в большей степени ассоциируется с врагом-мужчиной [6].

## Методология исследования

Чем определяется интерес пропаганды к стереотипам? Социальные стереотипы можно характеризовать как восприятие кого-либо в категориях группового членства. Представление о группе считается стереотипным, если оно устойчиво, схематично, широко разделяется в обществе и содержит в себе оценку (см. подробнее: [24; 27; 32; 35]). Стереотипизацию можно рассматривать в качестве дискурсивной практики производства значений, а стереотипы — как элемент дискурса и репрезентаций [9]. Будучи пластичными и гибкими, репрезентации включают в себя общепринятые устойчивые коды, использование которых облегчает восприятие; к числу таких кодов относятся стереотипы. Объект стереотипизации представляется с определенной точки зрения, и репрезентация — это всегда интерпретация, содержащая оценку.

Таким образом, стереотипизация предполагает выработку системы значений и оценок, выступая в качестве формы символического насилия и механизма продуцирования символической власти. Она не только определяет «своих» и «чужих», но и устанавливает иерархические отношения между ними. Это обуславливает связь стереотипизации с созданием образа врага<sup>2</sup>. Подобно прочим социальным стереотипам этот образ глубоко укоренен как в когнитивных процессах, так и в социальных практиках. Как отметил О. Цур, стереотипизация представляет собой один из основных способов представить врага как воплощение зла и первую ступень его дегуманизации, позволяющую в дальнейшем убивать его безо всякого чувства вины [36].

Важным ресурсом пропаганды, используемым в создании образов «своих»

и «чужих», являются гендерные стереотипы, которые известный теоретик стереотипизации Д. Шнайдер включил в «большую тройку» наиболее значимых видов социальных стереотипов [32, с. 437]. Изучение проблемы гендерной стереотипизации, которой посвящены сотни трудов, началось с работ психологов в 1970-х гг. (среди важнейших отметим: [15; 16; 18]); в России тематика разрабатывается лишь с 1990-х гг. (например, [4; 5; 9]). Эффективность гендерной стереотипизации как оружия пропаганды обусловлена тем, что, во-первых, пол легко идентифицируется человеком, представления о характеристиках мужчин и женщин соотносятся с его или ее личным опытом; значимо и то, что отношения полов воспринимаются как едва ли не самые очевидные, понятные, а потому легитимные (см. подробнее: [9]). Во-вторых, в самой оппозиции «мужское-женское» заключена возможность использовать ее для продуцирования отношений неравенства и контроля.

Роль гендерных стереотипов в политической пропаганде особенно заметна в период военных конфликтов, что определяется сущностной связью маскулинности с военной сферой. Армия относится к тем социальным институтам, в рамках которых активно транслируются гендерные нормы [9; 17, с. 83]. Военная сфера — это то социальное пространство, где необходимо проявлять качества, традиционно атрибутируемые мужчине, включая силу (как физическую, так и силу духа), стремление к победе [23] (см. подробнее: [9]). Кроме того, функция защиты женщин и детей, которая составляет краеугольный камень в легитимации гендерного поряд-

<sup>2</sup> В исследованиях обращалось внимание на то, что образ врага может быть рассмотрен как негативный стереотип, и он подчиняется закономерностям стереотипизации (например, [28; 36]).

ка обществ модерности, имеет решающее значение для оправдания войны, невозможной без готовности убивать других и жертвовать собственной жизнью [9].

Все это обуславливает то, что гендерная стереотипизация является одним из важных приемов пропаганды, и ее эффективность в немалой степени зависит от того, насколько точно она учитывает стереотипы, функционирующие в ее целевой группе. При этом следует принимать во внимание, что пропаганда не только эксплуатирует существующие в обществе стереотипы, но и создает новые.

В настоящей статье мы ставим целью исследовать, как советская пропаганда холодной войны использует стереотипы маскулинности в репрезентациях «своих» и «чужих». Помимо стереотипа мужчины как такового, в обществе существуют различные модусы стереотипа маскулинности, которые обусловлены национально-культурной принадлежностью, расой, конфессией, социальным статусом, возрастом, партийными пристрастиями, идеологическими предпочтениями и другими дифференцирующими признаками. В связи с этим структура исследования определяется гипотезой, согласно которой советская песня содержала два модуса стереотипа маскулинности: один связан с мужским стереотипом как таковым, второй — с теми характеристиками, которые составляли стереотип советской маскулинности.

**Методика исследования.** Массивом информации для анализа выступили тексты советских песен периода холодной войны (1946–1991), в которых в той или иной форме присутствуют образы военнослужащих СССР и США<sup>3</sup>. Выборка была сплошной. Материал собирался на специализированном сайте «Советская

музыка», на интернет-платформах и в социальных сетях (Youtube.com, «ВКонтакте», «Одноклассники»). Были учтены наиболее полные коллекции текстов песен (на сайтах «Гуру песен», «Популярные тексты песен» и др.). Всего было выявлено 190 песен, созданных в исследуемый период и позволяющих судить об образах советских и американских военных; подавляющее большинство из них посвящено советским военнослужащим (168 песен): от маршей и гимнов различных родов войск до авторской песни, в том числе созданной советскими военными специалистами, помогавшими вьетнамской армии в период войны с США. Композиции, в которых появляется образ американских военнослужащих (22 песни), чаще принадлежали к жанру авторской и «дворовой» песни.

Методом исследования был избран контент-анализ: для изучения репрезентаций советских военных — количественный и качественный, для изучения репрезентаций американских военных — качественный (поскольку круг источников, в которых фигурировали военные США, был ограничен). Смысловыми единицами в исследовании выступили персональные характеристики, составляющие стереотипный набор характеристик мужественности, и социальные роли мужчин. Персональные характеристики были сгруппированы в четыре группы: 1) качества, связанные с деятельностью и активностью (единицами счета в этом случае стали решительность, твердость, отвага, самоконтроль, уверенность в своих силах и др.); 2) качества, связанные с позициями власти и управления (единицы счета — властность, сила и др.); 3) качества, характеризующие когнитивную

<sup>3</sup> Из массива анализируемых источников были исключены песни о советских военных, посвященные Великой Отечественной войне.

сферу (единицы счета — ум, рациональность, находчивость и др.); 4) качества, характеризующие эмоциональную сферу (единицы счета — самообладание, отзывчивость и др.). Для исследования значимости репрезентаций социальных ролей мужчины как «защитника» и «кормильца», выступающих смысловыми единицами, единицами счета служили в первом случае защита Родины, дома, мира, во втором — проявления профессиональной состоятельности («ратный труд»). Кроме того, смысловыми единицами анализа выступала советская специфика маскулинности, связанная с коммунистической идеологией (единицы счета — коллективизм, интернационализм, преданность делу коммунизма и др.).

### Результаты исследования и их интерпретация

Контент-анализ показал, что характеристики, атрибутируемые советскому

военнослужащему и его противнику, во-первых, подчиняются основным закономерностям стереотипизации: «свои» изображаются более нюансировано и оцениваются позитивно. Во-вторых, в образах «своих» и «чужих» различают две составляющие. Одна связана с оценкой наличия у советских и американских военнослужащих характеристик, составляющих ядро традиционной мужественности, другая — характеристик, составляющих стереотип советской мужественности.

### «Свои» и «чужие» сквозь призму мужского стереотипа

Рассмотрим подробнее, каким образом гендерная стереотипизация использовалась для репрезентаций военнослужащих СССР и США. Тенденции репрезентаций маскулинности советских и американских военных представлены в табл. 1.

Таблица 1  
Репрезентации маскулинности военнослужащих СССР и США в советской песне периода холодной войны

Характеристики	Советские военные	Американские военные
<b>Стереотип мужчины: персональные характеристики</b>		
Характеристики деятельности и активности	Смелость, твердость, героизм, доблесть, решительность, верность долгу, самоотверженность	Трусость
Характеристики власти и управления	Сила, нацеленность на победу, самоконтроль, уверенность в своих силах, ответственность	Эти характеристики не упоминаются
Характеристики когнитивной сферы	Ум, смекалка, находчивость	Эти характеристики не упоминаются
Характеристики эмоциональной сферы	Выдержка, спокойствие, самообладание	Паникерство
<b>Стереотип мужчины: социальные роли</b>		
«Защитник»	Мотивация — защита своей страны, семьи, мира на Земле, женщин и детей	Мотивация — личное обогащение, карьерный рост. Убийцы женщин и детей
«Кормилец»	Военная компетентность, трудолюбие, победа	Военная некомпетентность, поражение

В текстах песен встречается прямая маркировка советских воинов как носителей образцовой мужественности, например: «Отчизна свободе верна, / Настоящим мужчинам / Вручила оружие она!» («Армейский марш», 1976, муз.: В. Газарян, сл.: Ю. Полухин). Чаще использование мужского стереотипа осуществлялось при помощи приписывания им атрибутов маскулинности. Как уже упоминалось, в стереотипный набор характеристик мужественности входят определенные персональные черты и социальные роли.

Наиболее востребованными являются характеристики деятельности и власти: в репрезентациях «своих» воинов фигурирует смелость — 14%<sup>4</sup>, доблесть — 16,1%, сила — 12,5% (в том числе «сила духа» — 4,7%), верность долгу, самоотверженность — 18%, героизм, нацеленность на победу — 9,6%, решительность — 7,5%; например, «Если мы уцепились за землю, / Нас не сдвинуть с нее ни на шаг» («Мы — морская пехота», б.г., муз.: П. Ермишев, сл.: М. Владимиров).

Оценки когнитивной сферы военных встречаются гораздо реже, чем оценки их мужества, силы и самоотверженности (они фигурировали в виде единичных ссылок на «мекалку» и находчивость советского солдата). Значительное место занимают эмоциональные характеристики (10,4%): персонажи песни предстают выдержанными и спокойными, честными и прямыми; например: «Наш солдат суров и честен» («Армия моя родная», 1970, муз.: С. Кац, сл.: Е. Рябов); «Стоим мы на посту, / Повзводно и поротно, / Бессмертны, как огонь, / Спокойны, как гранит» («Мы — армия народа», 1982, муз.: Г. Мовсесян, сл.: Р. Рождественский).

Стереотипизации подвергается круг социальных ролей. Способность мужчины выполнять роль защитника является одним из главных критериев традиционной мужественности. Советские воины чаще всего характеризовались через роль защитника своей страны, Родины, отчего дома (37%), защитника мира, дружбы и счастья на планете (24,7%).

Другая социальная роль мужчины — роль кормильца (15,5%) — проявляется в акцентировании профессиональных умений и навыков. Как известно, труд занимал одно из основных мест в советской системе ценностей. Примечательно, что воинская служба представлена как «ратный труд» во многих песнях; например: «Ратный труд любовью к Родине согрет» («Гимн Группы Советских Войск в Германии (ГСВГ)», б.г., муз.: М. Блантер, сл.: В. Андрианов). Собственно, главным критерием профессиональной состоятельности является победа над врагом; способность советских воинов защитить страну от агрессора подчеркивается в большинстве музыкальных композиций.

Теперь обратимся к вопросу, как мужской стереотип использовался для репрезентаций «чужих», каковыми выступала пресловутая «американская военщина». Враг упоминается в четверти всего массива исследуемых песен (26,2%). США редко называют врагом прямо (эта осторожность отличала все формы пропаганды — например, кинематограф), однако и авторы, и слушатели прекрасно понимали, кто именно является «врагом номер один» Страны Советов. Иногда идентифицировать врага можно по косвенным признакам — например, при помощи таких характеристик, как «заморский враг» или враг, который «использует ядерный

<sup>4</sup> Здесь и далее, за исключением оговоренных случаев, за 100% берется массив песен, в которых содержатся репрезентации советских военных.

атом для разжигания войны»: «И где бы заморский налетчик он ни был, / Он будет всегда под огнем. / На страже родного советского неба / Ракеты и ночью, и днем» («Марш ракетчиков», б.г., муз.: А. Новиков, сл.: М. Вершинин). В ряде случаев встречаются более явные указания на национальную принадлежность врага; например, в песне, упоминающей войну США в Корее: «Слышишь, в Корее снаряды свистят! / Так помни об этом, советский солдат!» («Помни, советский солдат», 1952, муз.: П. Акуленко, сл.: Я. Шведов).

Образ врага не столь нюансирован в текстах песен, как образ советских военных; это отвечает закономерностям стереотипизации «своих» и «чужих». При этом враг наделяется негативными характеристиками, которые рассмотрим подробнее.

Одной из задач пропаганды была дискредитация маскулинности военнослужащих противника, демонстрация того, что они не соответствуют канону мужественности. Демаскулинизация военнослужащих США стала характерной чертой их репрезентаций в советской песне; их изображают как лишенных силы, самообладания, отваги, воли, ума, решительности, способности к подвигу и других качеств, составляющих стереотипный канон мужественности.

Особенно выразительно отсутствие мужества выглядит на фоне приписываемого им бахвальства; тем самым обеспечивается достижение эффекта комичности, что является весьма ценным при создании образа врага<sup>5</sup>. В песнях не-

редко встречается образ самоуверенного «янки», который в итоге оказывается побежденным (как правило, советским военным); он погибает, становится инвалидом или попадает в плен. Так, в «дворовой» песне «16 тонн/Летим бомбить Союз!» получившие приказ атаковать советский город летчики ВВС США сначала хвастливо заявляют: «Мы летим бомбить Союз»; однако после встречи с ракетами советских ПВО мужество их покидает, и заканчивается песня словами «А мы летим кормить медуз». Незавидна судьба и персонажей других песен — американцев, вступивших в схватку с советскими солдатами или их союзниками. «Но однажды утром рано / Он был сбит в бою тараном, / И он бредит на рассвете, / Погребенный в груди лома: / “О, как ярко солнце светит / У меня в Кентукки дома!”», — так выглядит итог участия в Корейской войне жизнерадостного американского юноши в песне «Парень из Кентукки», написанной Ю. Визбором в 1953 г.

Девиантность маскулинности «американской военщины» связана и с демонстрацией жестокости; военнослужащим США приписываются чрезмерная агрессивность, безжалостность, бессердечие, равнодушные к чужому горю. Это самый частотный маркер, он встречается в половине песен, содержащих образ американских военных. «Я теперь палач, а не пилот», — так в песне «Фантом» характеризует свою миссию во Вьетнаме персонаж, от лица которого ведется рассказ. Американские летчики бомбят вьетнамские деревни («Во имя Джона») или собираются атаковать со-

<sup>5</sup> В этом плане представляет интерес образ морского пехотинца, созданный В. Высоцким в фильме «713-й просит посадку» (реж. Г. Никулин, 1962). Между тем как в американской культуре холодной войны морской пехотинец служил воплощением эталона маскулинности, герой В. Высоцкого окарикатурен. Он ведет себя вызывающе (пристает к девушке, задирает пассажиров самолета, выступает инициатором лишения одного из них), но в ситуации опасности оказывается трусом [7].

ветский город («Шестнадцать тонн — нелегкий груз, / А мы летим бомбить Союз. / Шестьсот смертей, шестнадцать тонн / Несем мы сегодня под крылом» («16 тонн/Летим бомбить Союз»)<sup>6</sup>. Военнослужащие США получают и такую характеристику, как «пираты двадцатого века» в песне «Руки прочь от Вьетнама!»; вот как их «подвиги» показаны в этой композиции: «В небе гудят самолеты, / В землю швыряя напалмом. / Пламя сжигает посевы, / Школы, селенья и пальмы» («Руки прочь от Вьетнама!» 1969, муз.: Б. Карамышев, сл.: О. Гаджикасимов). Представленные в песнях образы США периода Вьетнамской войны коррелируют с теми, которые использовались в советских СМИ<sup>7</sup>.

Наконец, примечательны песни, написанные советскими специалистами во Вьетнаме — теми, кто непосредственно участвовал в боях с американцами. Обращает на себя внимание сравнение военнослужащих США с гитлеровцами. Прием символической нацификации «врага номер один» активно использовали пропагандистские машины обеих сверхдержав; он, акцентируя такие черты образа врага, как аморальность и опасность, способствовал политической мобилизации, оправдывал негативные чувства к врагу, помогал легитимировать насилие над ним [7]. Параллели между ВС США и вермахтом позволяли представить противостояние во Вьетнаме как продолжение Великой Отечественной. Например, в песне «Прощание» есть такие слова: «И от стер-

вятников воздушных, / И на земле, в любом бою / Мы, как ветераны войны прошлой, / Всегда дадим отпор врагу» [7]. Используемые в этих песнях образы напоминали поэтику песен периода Великой Отечественной войны; так, в «Боевой дружбе» говорится о «борьбе с ордой американской», «В шесть часов вечера после войны» была сочинена на мотив песни к одноименной советской кинокартине, вышедшей в 1944 г., «У Тхайнгуенского моста» — на мотив песни «На безымянной высоте» из фильма «Тишина» (1964) [7].

### «Свои» и «чужие» сквозь призму стереотипа советского мужчины

Таким образом, в советской песне стереотип маскулинности использовался для противопоставления «своих» и «чужих» и для создания образа врага. Поскольку негативный образ «американской военщины» формировался как антипод идеалу военнослужащих СССР, то, кроме типичных для пропаганды изображений врага как отклоняющегося от канонов традиционной мужественности, ему приписывались те черты, которые противопоставляли его именно советским воинам. Тенденции репрезентаций советской и американской маскулинности в образе военных представлены в табл. 2.

Помимо черт традиционной маскулинности, «своих» наделяли чертами советской маскулинности: любовь к Советской Родине (29%), взаимопомощь (16,7%), отзывчивость и сердечность

<sup>6</sup> Все три песни — «Фантом», «Шестнадцать тонн», «Во имя Джона» — написаны, предположительно, в конце 1960-х гг.; авторы слов и музыки не известны.

<sup>7</sup> Советские СМИ периода войны США во Вьетнаме привлекали для характеристики «американской военщины» такие термины, как «варвары, подлые цивилизованные варвары, преступники, насильники, палачи; одетые в униформы банды; военные маньяки из Пентагона, заокеанские убийцы, головорезы, звери в пентагоновских мундирах, “крестоносцы”, ландскнехты, ландскнехты Пентагона, воздушные пираты, заокеанские людоеды, поджигатель войны, миссионеры огня и меча, пираты XX века, сеятели смерти» [1].

Таблица 2

**Репрезентации маскулинности военнослужащих СССР и США  
в советской песне периода холодной войны**

Характеристики	Советские военные	Американские военные
<b>Стереотипы советского и американского мужчины</b>		
Специфика персональных характеристик и социальных ролей	Коллективизм, товарищество, взаимопомощь; интернационализм; любовь к Родине; миролюбие, сердечность; скромность, моральность	Индивидуализм, эгоизм, восприятие ближнего только в контексте конкуренции; расизм, вера в американскую исключительность; агрессивность, культ насилия, жестокость, варварство; хвастовство; аморальность

(7,8%)<sup>8</sup>. Одной из важнейших черт кано́на советской маскулинности был коллективизм, товарищество; эта черта вытекала из самой сути советской идеологии. В докладе Н. Хрущева на XXI съезде КПСС (1959) говорилось: «Дух индивидуализма, личной корысти, жажда наживы, вражда и конкуренция — такова суть морали буржуазного общества. Эксплуатация человека человеком, на которой построено буржуазное общество, представляет собой самое грубое попрание нравственности. Недаром мораль эксплуататорских классов характеризуется жестокой формулой: “Человек человеку волк”. Социализм утверждает иную мораль — сотрудничества и коллективизма, дружбы и взаимопомощи. Здесь на первое место выдвигается забота об общем благе народа, о всестороннем развитии человеческой личности в условиях коллектива, где человек человеку не враг, а друг и брат» [12, с. 55–56].

Взаимопомощь, товарищество, воинское братство советских солдат — все эти черты подчеркивались в их репрезентациях, например: «Родной мой полк — Мой дом, моя семья» («Родной мой полк», 1967, муз.: Г. Светов, сл.: В. Андрианов); «На военной нашей службе / Мы верны солдатской дружбе. / Нам застава дом родной, — / Боевой живем семьей» (песня из к/ф «Воинская честь», 1961, муз.: В. Мурадели, сл.: Ф. Лаубе).

Поскольку негативный образ «американской военщины» формировался как антипод идеалу военнослужащих СССР, то, помимо типичных для пропаганды изображений врага как отклоняющегося от кано́нов традиционной мужественности, ему приписывались те черты, которые противопоставляли его именно советским воинам. Американский образ жизни основан на «законе джунглей»<sup>9</sup>. Одиночество американцев является главной темой фильма «По-

<sup>8</sup> Несмотря на то, что отзывчивость и сострадательность являются стереотипно женскими характеристиками, они составляют специфику национального стереотипа мужественности и нередко приписываются русскому (и советскому) мужчине [8]. Приведем фрагмент из песни, интересной еще и тем, как врага ассоциируют с ядерным оружием: «Коварен атом их незрячий, / Но знаем мы наверняка: / Живое сердце больше значит, / Отнем командует рука!» («Песня объединенных армий», 1956, муз.: Б. Александров, сл.: Л. Ошанин).

<sup>9</sup> Эта враждебность между людьми, приписываемая американскому обществу, эксплицировалась через различные образы. Например, одним из них был образ небоскреба, который позволял представить города США как «каменные джунгли» [30].

следний дюйм» (реж. Т. Вульфович, Н. Курихин, 1958), экранизации рассказа Дж. Олдриджа; в нем это одиночество символизирует история пилота Бена Энсли: единственный человек, на которого он может рассчитывать в своей жизни, это его сын Дэви [8]. В контексте нашего исследования фильм примечателен песней, центральным в которой стал образ американского военнослужащего, Боба Кеннеди. Ее лейтмотивом являются такие слова: «Какое мне дело до всех до вас, / А вам до меня», которые, очевидно, были призваны иллюстрировать враждебные отношения между людьми в американском обществе. Песня тем не менее вызывала интерес, по крайней мере, у части советских слушателей — хотя бы потому, что главный герой в ней демонстрировал презрение к смерти. В другом же произведении, песне «Во имя Джона», одиночество, индивидуализм, готовность к жесткой конкуренции по принципу «выживает сильнейший» лишены ореола романтики и какой бы то ни было героизации. В песне рассказывается, как ведут себя американцы в ситуации, когда их самолет был подбит ракетой: «В глазах приборы, а парашют один: / Дерутся двое, а я слабей других. <...> // Я “вальтер” вынул, два раза спуск нажал, / Один мой друг упал, другой совсем не встал»<sup>10</sup>.

Другая заметная черта образа военнослужащих США в советской песне — примитивизм их мировоззрения. Примечательный образ американского солдата создал Ю. Визбор в песне «Парень из Кентукки», упомянутой выше:

«Этот летчик был мальчишка / Из далекого Кентукки. / Дул в бейсбол, зевал над книжкой, / Продавал бананов штуки» (1953, муз. и сл.: Ю. Визбор). Узость его кругозора обуславливает готовность не задумываясь выполнить любой приказ, в том числе преступный («Где прикажут — там войю, / А помрешь — так не горюй»). В этой песне акцентируются и такие черты картины мира американцев, как этноцентризм и идея американской исключительности; очевидно, в данном ключе можно трактовать следующие слова: «Мир для парня очень прост — / В мире сорок восемь звезд»<sup>11</sup>. Эти характеристики проявляют себя и в расистских предрассудках, что также отражено в исследуемых источниках; вот так воспринимает «цветные народы» герой песни «Фантом»: «Желтолицые вьетнамцы / Верещат в кустах, как зайцы». Необходимо подчеркнуть, что этот порок американского общества был особенно важен в «борьбе за сердца и умы» людей, и советская пропаганда постоянно обращала на него внимание.

Напротив, советских воинов отличает высокая сознательность, политическая грамотность, образованность, что проявлялось, в частности, в их интернационализме, солидарности с народами Земли, борющимися против колониализма и расизма.

Еще одна характеристика военнослужащих — мотивация их участия в войне — также использовалась для противопоставления «своих» и «чужих». В образе советского воина акцентируется такой элемент стереотипа маску-

<sup>10</sup> Культ насилия в американском обществе в целом — одна из важных черт американского образа жизни в советской пропаганде, получившая отражение в том числе в песне. Например, в песне «Американцы, где ваш президент?», исполняемой М. Бернесом, речь идет об американской «свободе убивать» (1964, муз.: Э. Колмановский, сл.: Е. Евтушенко).

<sup>11</sup> Речь, очевидно, идет о звездах на американском флаге, символизирующих количество штатов США на тот период.

линности, как функция защитника. Это, как было отмечено выше, является составляющей традиционного стереотипа маскулинности, однако в советской пропаганде солдат защищал, прежде всего, Советскую Родину; защита Родины-матери — это не только важная черта советской идентичности, но и ключевой компонент военной мобилизации [Рябов, 2020]; например, «Храня от врагов нашу Родину-мать, / Ни сил не щадя и ни жизни, / Мы будем все выше, все дальше летать, / Служа беззаветно Отчизне!» («Песня летчиков», 1954, муз.: Б. Александров, сл.: С. Михалков).

Другой важнейший элемент мотивации советских военнослужащих, как уже упоминалось выше — защита мира во всем мире. Как известно, после Великой Отечественной войны «мир» занял ведущее место в пантеоне советских ценностей. Послевоенный СССР превратил «борьбу за мир» в своеобразную «визитную карточку» внешней политики и краеугольный камень коллективной идентичности, что вполне объяснимо, принимая во внимание потери страны во время Второй мировой войны. Глобальная миссия советского солдата подчеркивается во многих песнях: например, «И в жизни нам дана единственная служба: / От смерти заслонить грядущее Земли» («Мы — армия народа», 1975, муз.: Г. Мовсесян, сл.: Р. Рождественский); «Мы в ответе / За мир и солнце на всей планете» («Родной мой полк»)<sup>12</sup>.

Американские же военные сражаются не за родину и уж тем более не за мир. В «Песне американского парня», которую исполнил Э. Хиль, мотивация новобранца армии США описана следующим образом: «Мне дарят дом, а к дому сад, /

А рядом в два ряда стоят / И магазин, и лимузин, / И вертолет, и самолет, / И в банке счет давно нас ждет...» (1966, муз.: А. Петров, сл.: Л. Норкин). То есть здесь привлекается такая стереотипная черта американцев в советской пропаганде, как меркантилизм, культ денег (об основных чертах американцев в советской пропаганде см.: [8; 30]).

Таким образом, анализ репрезентаций военнослужащих США в советской песне показывает, что качества, им приписываемые, соответствуют содержанию негативного стереотипа маскулинности. При этом данные качества противопоставляются тем, которыми наделялись советские воины. Вместе с тем этот вывод необходимо дополнить следующей оговоркой. Важнейшей чертой советского антиамериканизма была идея «двух Америк»: «реакционной» и «прогрессивной». К первой относились политики, «военщина», капиталисты, продажные журналисты, деятели церкви, ку-клукс-клановцы, ко второй — коммунисты, борцы за мир, представители рабочего класса, афроамериканцы [6]. Виновниками войн, которые ведут США, объявляются именно представители реакционной Америки. Например, в песне «Во имя Джона» так показаны причины эскалации военного вмешательства США в гражданскую войну во Вьетнаме: «...Генерал не хочет пост бросать, / Двадцатилетних он гонит умирать». Кроме того, в «неофициальной» советской песне прослеживается мотив определенной профессиональной солидарности с военнослужащими США — они такие же солдаты, так же идут под пули, как и советские воины. То есть привлекается такой модус образа врага, известный с древних времен [25], как «враг

<sup>12</sup> Иногда подчеркивание миссии советского солдата защитить мир на всей Земле выглядит несколько курьезно: например, «Для мира народов, для счастья народов / Ракета у нас рождена!» («Марш ракетчиков»).

достойный». Вероятно, именно так можно трактовать слова из композиции Ю. Визбора «Базука»: «Я на святую Русь / Базукой обопрусь, / По планке выверю прицел... // Вот это красота — / Поджег один я танк, / Ничуть не изменясь в лице. // Но где-то, черт возьми, / За десять тысяч миль, / Другой солдат, в других местах / В полуденном луче / С базукой на плече / Шагает поджигать свой танк» (1963, муз. и сл. Ю. Визбора).

### Заключение

Подводя итоги, отметим, что стереотипизация — как показал анализ использования мужского стереотипа — являлась востребованным оружием пропаганды холодной войны. Мы рассмотрели, как советская пропаганда привлекала гендерные стереотипы для конструирования образов «своих» и «чужих» на материале советской песни, у которой есть как общие черты с другими видами массовой культуры, так и специфические: интерактивность, массовость, эмоциональность и др.<sup>13</sup>

Наша гипотеза о том, что в создаваемых образах «своих» и «чужих» было две составляющих, подтвердилась: одна связана с традиционно мужскими чертами, другая — с теми качествами, которые

составляли стереотип советской маскулинности. Те характеристики, которые расцениваются как атрибуты стереотипа — устойчивость, схематичность, эмоциональная нагруженность — обнаруживаются и в образе врага. «Враг номер один» наделялся такими чертами, как аморальность, бесчеловечность, жестокость, трусость, расизм, враждебное отношение к ближнему, в котором видят только конкурента<sup>14</sup>.

Завершая статью, отметим, что в полной мере выявить закономерности использования гендерной стереотипизации в пропаганде холодной войны сложно вне компаративного анализа. В последние годы все большее внимание обращается на необходимость сравнительных исследований для понимания советско-американской конфронтации (например: [34]). Это тем более ценно, что в массовой культуре США также создавались песни, в которых был представлен основной геополитический соперник — Советский Союз; например, «Россия, Россия» Прескотта Рида (1958, P. Reed), «Разве я неправ?» Марти Роббинса (1966, M. Robbins), «В Россию с осторожностью» Гарольда Уикли (1966, H. Weakley), «Русские» Стинга (1985) и др. В этом мы видим перспективы развития исследуемой темы.

### Литература

1. *Вепрева И.Т., Уонг Минь Туан.* Стратегия позитивной медиатизации войны во Вьетнаме (по материалам «Правды» и «Комсомольской правды» 1965 г.) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 2. С. 351–364.

<sup>13</sup> Кроме того, необходимо учитывать специфику проанализированных песен, большинство из которых было написано для армейской аудитории. В частности, обращает на себя внимание, что, несмотря на изменения в стереотипе советского мужчины, происходящие за почти полувековой период холодной войны, в военной песне образы «своих» (равно как и «чужих») оставались неизменными; какой-либо заметной динамики обнаружить не удалось.

<sup>14</sup> Следует подчеркнуть, что данный образ военнослужащих США в значительной степени сохраняется в современном российском обществе, что показали результаты проведенных нами фокус-групп, участники которых смотрели отрывки из фильмов периода холодной войны и высказывали свое мнение о них [10].

2. Гюнтер Х. Поющая Родина: Советская массовая песня как выражение архетипа матери // Вопросы литературы. 1997. № 4. С. 46–61.
3. Иванова Е.Ю., Бережной Д.А. Образная сфера советской эстрадной песни середины XX века как отражение социокультурных ценностей советского общества // Ученые записки. 2020. Т. 19. № 1. С. 122–128.
4. Клецина И.С. Самореализация личности и гендерные стереотипы // Психологические проблемы самореализации личности: сборник статей. Вып. 2. / Под ред. А.А. Реана, Л.А. Коростылевой. СПб.: СПбГУ, 1998. С. 188–202.
5. Кон И.С. Мужчина в меняющемся мире. М.: Время, 2009. 494 с.
6. Лабунская В.А. Образ врага в межличностном общении // Социальная психология и общество. 2013. Том 4. № 3. С. 52–64.
7. Прощание [Электронный ресурс] // Стихи из воспоминаний Батаева С.Г. URL: <http://www.nhat-nam.ru/forum/viewtopic.php?t=68> (дата обращения: 13.07.2022).
8. Рябов О.В. «Мистер Джон Ланкастер Пек»: американская маскулинность в советском кинематографе Холодной войны (1946–1963) // Женщина в российском обществе. 2012. № 4. С. 44–57.
9. Рябова Т.Б. Гендерные стереотипы в политической сфере современного российского общества: социологический анализ: дис. ... докт. социол. наук. Нижний Новгород, 2009. 385 с.
10. Рябова Т.Б., Папкратова Е.В. «Cold warriors» глазами современных россиян: рецепция кинообразов маскулинности американских военных периода Холодной войны // Женщина в российском обществе. 2019. № 4. С. 29–40.
11. Степанова Е.А. «Все проходит. Остается Родина — то, что не изменит никогда»: образ Родины в советской песне // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2015. № 4. С. 28–42.
12. Хрущев Н.С. Доклад и заключительное слово на внеочередном XXI съезде КПСС 27 января и 5 февраля 1959 г. О контрольных цифрах развития народного хозяйства СССР на 1959–1965 годы. М.: Госполитиздат, 1959. 174 с.
13. Шмитт К. Понятие политического // Вопросы социологии. 1992. № 1. С. 35–67.
14. Юдин К.А. Аккорды «Холодной войны»: музыка как ресурс для репрезентации «образа другого» в англо-американском кинематографе // Известия Саратовского университета. Сер.: История. Международные отношения. 2021. Т. 21. № 3. С. 353–358.
15. Ashmore R.D., Del Boca F.K., Wohlers A.J. Gender Stereotypes // The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts / Ed. by R.D. Ashmore, F.K. Del Boca. Orlando: Academic Press, 1986. P. 69–119.
16. Basow S.A. Gender Stereotypes and Roles. Pacific Grove, 1992. 447 p.
17. Bourdieu P. Masculine Domination. Stanford: Stanford Univ.press, 2001. 133 p.
18. Broverman I., Vogel S.R., Broverman D.M., Clarkson F.E., Rosenkrantz P.S. Sex Role Stereotype: A Current Appraisal // Journal of Social Issues. 1972. Vol. 28. № 2. P. 59–78.
19. Davenport L. Jazz Diplomacy: Promoting America in the Cold War Era. Univ. press of Mississippi, 2013. 208 p.
20. Diesen G. The Foundational Stereotypes of Anti-Russian Propaganda [Электронный ресурс] // Diesen G. Russophobia. Singapore: Palgrave Macmillan, 2022. P. 45–82. DOI:10.1007/978-981-19-1468-3\_3
21. Dowling R. Communism, Consumerism, and Gender in Early Cold War Film: The Case of *Ninotchka* and *Russkii vopros* // Aspasia: The International Yearbook of Central, Eastern, and Southeastern European Women's and Gender History. 2014. Vol. 8. P. 117–132.
22. Enloe C.H. The Morning After: Sexual Politics at the End of the Cold War. Berkeley, etc.: Univ. of California Press, 1993. 239 p.
23. Goldstein J.S. War and Gender: How Gender Shapes the War System and Vice Versa. Cambridge: Cambr. University Press, 2001. 523 p.

24. Hinton P.R. Stereotypes, Cognition, and Culture. East Sussex, 2000. 208 p.
25. Keen S. Faces of the Enemy: Reflections of the Hostile Imagination. San Francisco: Harper & Row, 1986. 200 p.
26. May E.T. Homeward Bound: American Families in the Cold War Era. N.Y.: Basic Books, 1988. 290 p.
27. Oakes P.J., Haslam S.A., Turner J.C. Stereotyping and Social Reality. Oxford, 1994. 255 p.
28. Oppenheimer L. The development of enemy images: A theoretical contribution. Peace and Conflict // Journal of Peace Psychology. 2006. Vol. 12. № 3. P. 269–292.
29. Riabov O. The Symbol of the Motherland in the Legitimation and Delegation of Power in Contemporary Russia // Nationalities Papers. 2020. Vol. 48. № 4. P. 752–767.
30. Riabov O., Riabova T. The Images of Urban Space in Constructing the Cold War Enemy: US Skyscrapers in Soviet Animation // Studies in Russian and Soviet Cinema. 2021. № 2. P. 122–138.
31. Schmelz P.J. Introduction: Music in the Cold War // Journal of Musicology. 2009. Vol. 26. P. 13–16.
32. Schneider D.J. The psychology of stereotyping. New York; London: The Guilford press, 2004. 704 p.
33. Shaw T., Youngblood D.J. Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Heart and Minds. Lawrence: Univ. Press of Kansas, 2010. 301 p.
34. Shorten R. The Cold War as comparative political thought // Cold War History. 2018. Vol. 18. № 4. P. 385–408.
35. Stereotypes and Stereotyping / Ed. by C.N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone. New York: Guilford Press, 1996. 462 p.
36. Zur O. The love of hating: The psychology of enmity // History of European Ideas. 1991. Vol. 13. № 4. P. 345–369.

## References

1. Vepreva I.T., Uong Min' Tuan. Strategiya pozitivnoi mediatizatsii voyny vo V'etname (po materialam «Pravdy» i «Komsomol'skoi pravdy» 1965 g.) [Strategy of positive mediatization of war in Vietnam (based on newspapers “Pravda” and “Komsomol'skaya pravda”, 1965)]. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication studies*, 2020. Vol. 7(2), pp. 351–364. (In Russ.). DOI:10.26170/pl19-01-11
2. Gyunter Kh. Poyushchaya Rodina: Sovetskaya massovaya pesnya kak vyrazhenie arkhetaipa materi [Singing Motherland: Soviet mass song as an expression of the mother archetype]. *Voprosy literatury = Russian Studies in Literature*, 1997, no. 4, pp. 46–61. (In Russ.).
3. Ivanova E.Yu., Bereznoi D.A. Obraznaya sfera sovetskoi estradnoi pesni serediny XX veka kak otrazhenie sotsiokul'turnykh tsennostei sovetskogo obshchestva [The Figurative Sphere of the Soviet Variety Song of the Mid-20th Century As a Reflection of the Sociocultural Values of Soviet Society]. *Uchenye zapiski = Scientific notes*, 2020. Vol. 19, no. 1, pp. 122–128. (In Russ.).
4. Kletsina I.S. Samorealizatsiya lichnosti i gendernye stereotipy [Self-realization of person and Gender stereotypes]. In: A.A. Rean, L.A. Korosteleva (Eds). *Psikhologicheskie problemy samorealisatsii lichnosti [Psychological problems of self-realization of Person]*. Saint-Petersburg: Saint Petersburg university, 1998. Vol. 2, pp. 88–202. (In Russ.).
5. Kon I.S. Muzhchina v menyayushchemsya mire [Man in changing world]. Moscow: Vremia Publ., 2009. 494 p.
6. Labunskaya V.A. Obraz vraga v mezhluchnostnom obshchenii [Image of Enemy in interpersonal communication]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2013. Vol. 4, no. 3, pp. 52–64. (In Russ.).
7. Proshchanie [Elektronnyi resurs] [Farewell]. *Stikhi iz vospominanii Bataeva S.G. [Poems from S.G. Bataev's memory]*. URL: <http://www.nhat-nam.ru/forum/viewtopic.php?t=68>. (Accessed 13.07.2022). (In Russ.).

8. Riabov O.V. «Mister Dzhon Lankaster Peck»: amerikanskaya maskulinnost' v sovetskom kinematografe Kholodnoi voiny (1946–1963) [«Mr. John Lancaster Peck»: American masculinity in Soviet Cold War cinema (1946–1963)]. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve = Woman in Russian society*, 2012, no. 4, pp. 44–57. (In Russ.).
9. Riabova T.B. Gendernye stereotipy v politicheskoi sfere sovremennogo rossiiskogo obshchestva: sotsiologicheskii analiz. Diss. dokt. sotsiol. nauk. [Gender stereotypes in contemporary Russian Politics: sociological analysis. Dr. Sci. (Sociology). diss.], Nizhniy Novgorod, 2009. 385 p. (In Russ.).
10. Riabova T.B., Pankratova E.V. “Cold warriors” glazami sovremennykh rossiian: retseptsiya kinoobrazov maskulinnosti amerikanskikh voennykh perioda Kholodnoi voiny [The “Cold warriors” in the eyes of contemporary Russians’: today’s reception of Cold War cinematic images of U. S. militaries’ masculinity]. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve = Woman in Russian society*, 2019, no. 4, pp. 29–40. DOI:10.21064/WinRS.2019.4.3 (In Russ.).
11. Stepanova E.A. “Vse prokhorit. Ostaetsya Rodina – to, chto ne izmenit nikogda”: obraz Rodiny v sovetskoj pesne [“Everytning passes. Only Motherland remains, the one which would never be unfaithful”: image of motherland in Soviet song]. *Labirint. Zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovanii = Labyrinth. Journal of Social and Humanitarian Studies*, 2015, no. 4, pp. 28–42. (In Russ.).
12. Khrushchev N.S. Doklad i zaklyuchitel'noe slovo na vnocherednom XXI s'ezde KPSS 27 yanvarya i 5 fevralya 1959 g. O kontrol'nykh tsifrakh razvitiya narodnogo khozyaistva SSSR na 1959–1965 gody [Control Figures for the Economic Development of the U.S.S.R. for 1959–1965: Report Delivered at the 21st Extraordinary Congress of the CPSU. January 27 and February 5, 1959]. Moscow: Gospolitizdat, 1959. 174 p.
13. Schmitt K. Ponyatie politicheskogo [The concept of the Political]. *Voprosy sotsiologii = Sociology Issues*, 1992, no. 1, pp. 35–67. (In Russ.).
14. Yudin K.A. Akkordy “Kholodnoi voiny”: muzyka kak resurs dlya reprezentatsii “obraza drugogo” v anglo-amerikanskom kinematografe [Chords of the “Cold War”: Music as a resource for representing the “image of the other” in Anglo-American cinema]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Ser.: Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya = Izvestiya of Saratov University. History. International Relations*, 2021. Vol. 21(3), pp. 353–358. DOI:10.18500/1819-4907-2021-21-3-353-358 (In Russ.).
15. Ashmore R.D., Del Boca F.K., Wohlers A.J. Gender Stereotypes. In: Ashmore R.D., Del Boca F.K. (Eds.). *The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts*. Orlando: Academic Press, 1986, pp. 69–119.
16. Basow S.A. Gender Stereotypes and Roles. Pacific Grove, 1992. 447 p.
17. Bourdieu P. Masculine Domination. Stanford: Stanford University press, 2001. 133 p.
18. Broverman I., Vogel S.R., Broverman D.M., Clarkson F.E., Rosenkrantz P.S. Sex Role Stereotype: A Current Appraisal. *Journal of Social Issues*, 1972. Vol. 28, no. 2, pp. 59–78.
19. Davenport L. Jazz Diplomacy: Promoting America in the Cold War Era. University press of Mississippi, 2013. 208 p. DOI:10.14325/mississippi/9781604732689.001.000
20. Diesen G. The Foundational Stereotypes of Anti-Russian Propaganda [Elektronnyi resurs]. In: Diesen G. *Russophobia*. Palgrave Macmillan, Singapore, 2022, pp. 45–82. DOI:10.1007/978-981-19-1468-3\_3
21. Dowling R. Communism, Consumerism, and Gender in Early Cold War Film: The Case of *Ninotchka* and *Russkii vopros*. *Aspasia: The International Yearbook of Central, Eastern, and Southeastern European Women's and Gender History*, 2014. Vol. 8, pp. 117–132. DOI:10.3167/ASP.2014.080103
22. Enloe C.H. The Morning After: Sexual Politics at the End of the Cold War. Berkeley, etc.: University of California Press, 1993. 239 p.
23. Goldstein J.S. War and Gender: How Gender Shapes the War System and Vice Versa. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 523 p.

24. Hinton P.R. Stereotypes, Cognition, and Culture. East Sussex, 2000. 208 p.
25. Keen S. Faces of the Enemy: Reflections of the Hostile Imagination. San Francisco: Harper & Row, 1986. 200 p.
26. May E.T. Homeward Bound: American Families in the Cold War Era. New York: Basic Books, 1988. 290 p.
27. Oakes P.J., Haslam S.A., Turner J.C. Stereotyping and Social Reality. Oxford, 1994. 255 p.
28. Oppenheimer L. The development of enemy images: A theoretical contribution. Peace and Conflict. *Journal of Peace Psychology*, 2006. Vol. 12(3), pp. 269–292. DOI:10.1207/s15327949pac1203\_4
29. Riabov O. The Symbol of the Motherland in the Legitimation and Delegitimation of Power in Contemporary Russia. *Nationalities Papers*, 2020. Vol. 48(4), pp. 752–767. DOI:10.1017/nps.2019.14
30. Riabov O., Riabova T. The Images of Urban Space in Constructing the Cold War Enemy: US Skyscrapers in Soviet Animation. *Studies in Russian and Soviet Cinema*, 2021. Vol. 2, pp. 122–138. DOI:10.1080/17503132.2021.1905792
31. Schmelz P.J. Introduction: Music in the Cold War. *Journal of Musicology*, 2009. Vol. 26, pp. 13–16. DOI:10.1525/JM.2009.26.1.3
32. Schneider D.J. The psychology of stereotyping. New York; London: The Guilford press, 2004. 704 p.
33. Shaw T., Youngblood D.J. Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Heart and Minds. Lawrence: Univ. Press of Kansas, 2010. 301 p.
34. Shorten R. The Cold War as comparative political thought. *Cold War History*, 2018. Vol. 18, no. 4, pp. 385–408. DOI:10.1080/14682745.2018.1434508
35. Stereotypes and Stereotyping. In Macrae C.N., Stangor C., Hewstone M. (Eds.). New York: Guilford Press, 1996. 462 p.
36. Zur O. The love of hating: The psychology of enmity. *History of European Ideas*, 1991. Vol. 13, no. 4, pp. 345–369. DOI:10.1016/0191-6599(91)90004-1

### **Информация об авторах**

*Рябова Татьяна Борисовна*, доктор социологических наук, профессор кафедры политологии, ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена» (ФГБОУ ВО РГПУ им. А.И. Герцена), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5270-7911>, e-mail: [riabova2001@inbox.ru](mailto:riabova2001@inbox.ru)

### **Information about the authors**

*Tatiana B. Riabova*, Doctor of Sociology, Professor at the Department of Political Science, Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5270-7911>, e-mail: [riabova2001@inbox.ru](mailto:riabova2001@inbox.ru)

Получена 16.07.2022

Received 16.07.2022

Принята в печать 18.10.2022

Accepted 18.10.2022