

美国二战海报中的女性形象探析

漆浩

政治宣传海报反映的是主流社会意识形态。第一次世界大战将宣传海报推上了战争前沿,在第二次世界大战期间,宣传海报成为了最重要的政治宣传工具之一。尤其是海报中大量运用了女性元素,借以达到宣传目的:其一,激发国民参战热情;其二,鼓励人们购买战争债券;其三,号召女性参加工作。这些女性形象多元,按女性的身份角色,我们可将宣传海报中的女性形象归纳为三种:传统家庭角色、女兵和工作女性。

第一种海报女性形象,是传统家庭角色:柔弱的受害者。

图1是二战时期宣传海报“拿开那些手”,旨在鼓励美国人购买战争公债。画面中两只印有纳粹标志和日本皇室菊花标记的魔爪,伸向怀抱婴儿的母亲,年轻母亲无助的眼神、婴儿天真的脸庞和瘦骨嶙峋的魔爪形成鲜明的视觉对比,很容易让人发出“拿开这些手”的呐喊。这张海报的用意是号召公民购买战争债券为国出力——公民多购买一张战争债券,军队就能够多战斗一分。

图2刻画了纳粹军人奸淫妇女的恶行,画面中面目狰狞的纳粹肩扛一位全裸的白人女性,海报中没有画出女人的具体面貌,旨在说明这可能是任何一位在战争中受到侮辱的女性——甚至可能是“你”的妻子、“你”的女儿,寓示女性在战争中普遍受到蹂躏的事实,意在点燃美国男子“赶走敌人”的战斗意志。

在这两张宣传海报中,女性表现出的是弱势群体的形象。美国宣传海报正是利用了这种情感上的煽动,激发男子参加战斗、号召公民购买战争债券。据统计,整个二战期间,有超过8500万美国人参与购买了总计1857亿美元的战争债券,维持了美国战争机器的有效运转。

第二种海报女性形象,是女兵:柔软与坚硬的碰撞。

1940年9月14日,美国国会两院批准了征兵议案,规定从21岁到36岁的男子全部登记入伍。为了鼓励公民参战,早在一战时期,美国宣传海报就有过类似的经验。当时的征兵海报,分别以甜美可爱和霸气威严的女性形象为主题,迎合不同男性的心理需求,吸引



男性加入军队。二战时期,美国的征兵海报在吸取一战时期成功经验的基础上进行了一定的创新,在这一时期,征兵海报中女性主要有两种:性感俏丽型和英姿飒爽型。

图3中身着军装的女兵穿着比基尼,双腿修长,当柔软性感的身躯和坚硬冰冷的武器相遇,碰撞出不一样的火花。这类

海报正是利用俏丽的女性形象,吸引男人参加战斗。

而另一些征兵海报中的女性形象则完全不同。图4中的海军女兵认真记录着潜艇的数据信息,微微仰视左前方45度角方向,脸上挂着自信憧憬的笑容,展现出敬业负责、英姿飒爽的女兵形象。在国家危难时刻,柔弱的女子尚能担负起保

家卫国的责任,那么以刚毅坚强自居的男子又该如何呢?这些征兵海报不仅利用睿智敬业的女兵形象刺激男性的参战热情,而且能够激发女性的自我意识。

不管是性感俏丽还是英姿飒爽的女兵形象,都在战争动员和鼓舞士气方面起到了举足轻重的作用。在征兵议案通过

的短短一个月后,美国共有1600多万适龄青壮年男子作了兵役登记;1943年,鉴于妇女的参战热情空前高涨,美国建立起一支15万人的陆军妇女队,标志着女性以一种独立的主体性角色踏上了战场。

第三种海报女性形象,是工作女性:力与美的结合。

20世纪初,美国女性在劳动就业中受到职业隔离,她们只能从事一些低薪酬、缺乏技能的工作,例如纺织、服装、食品加工等劳动力密集型产业。而“第二次世界大战为女性开创了几乎不受限制的工作机会”,上百万男性劳动力应征入伍,留下了大量劳动力空缺,战争形势需求迫使美国政府大规模动员女性参与就业。

“铆工萝丝”就是政府精心塑造的典范。图5中的铆工萝丝卷起工作服的袖子,弯曲手臂展现自己的肌肉,并用一块头巾包裹住头发,充满力量。但同时萝丝也没有失去女性的美感——嘴唇涂了口红,指甲也染了漂亮的颜色。这幅海报利用矛盾的元素将强壮的、从事体力劳动的女性与传统的、爱美的女性完美融合,打消女性认为从事工作会变得“不女人”的想法,鼓舞女性参加工作。

在这种宣传力量的鼓舞下,美国女性走向了生产第一线。二战期间,美国女性劳动力增长了57%,工作女性所占比例从25%上升到36%。图6的这幅“没有她们就没有胜利”,女性借战争打破了职业隔离的局面,扭转了社会对她们的传统看法。

在二战时期的美国宣传海报中,女性们呈现出不同的形象,或柔弱、或性感、或坚毅、或有力,不论哪一种形象,都是战争动员的有效宣传手段,是反战的利器,在鼓励公民购买债券、征兵入伍方面做出了巨大贡献;另一方面,这些海报也提升了女性参军和参与工作的热情,打破了美国社会的性别障碍和传统束缚,改变了女性的社会角色,使她们蜕变为独立自主的新女性。战后,她们中的大多数选择坚守工作岗位,女性的自我意识开始觉醒,这为上世纪五六十年代美国的女权运动埋下了种子。

(作者单位:南京大学历史学院世界史系)