

Ольга Охотникова, Александр Хряков

Зверства врага и собственное милосердие:

РОССИЙСКИЕ И НЕМЕЦКИЕ ОТКРЫТКИ ПЕРВОЙ
МИРОВОЙ ВОЙНЫ КОНСТРУИРУЮТ НАЦИЮ

Olga Okhotnikova, Alexander Khryakov

The Atrocities of the Enemy and Our Own Mercy: Russian and German Postcards
of the World War I Construct a Nation

Ольга Охотникова (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва), школа исторических наук, аспирантка) okokhotnikova@edu.hse.ru.

Александр Хряков (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург), департамент истории, доцент; кандидат исторических наук) akhryakov@hse.ru.

Ключевые слова: почтовые открытки, Первая мировая война, нация, образ врага, образ себя, Россия, Германия

УДК: 94 (470+571)

DOI: 10.53953/08696365_2023_184_6_171

В статье рассматриваются российские и немецкие почтовые открытки времен Первой мировой войны. Открытки являлись самым массовым и демократичным средством коммуникации. Патриотическая мобилизация Первой мировой войны заставила воюющие народы задуматься о внутреннем сплочении, что способствовало формированию общих национальных идентичностей. В статье показано, как коммуникативные особенности открытки сделали ее средством национального воображения, позволявшим в доступной форме репрезентировать образы себя и образа Другого. Помимо традиционных сюжетов, появились новые сцены, изобличающие зверства врага или апеллирующие к собственному милосердию. Общность тем и сюжетов на российских и немецких открытках не отменяла, однако, особенностей в репрезентации друг друга.

Olga Okhotnikova (PhD Student, School of Historical Sciences, HSE University (Moscow)) okokhotnikova@edu.hse.ru.

Alexander Khryakov (PhD; Associate Professor, Department of History, HSE University (Saint Petersburg)) akhryakov@hse.ru.

Key words: postcards, World War I, nation, enemy image, self-image, Russia, Germany

UDC: 94 (470+571)

DOI: 10.53953/08696365_2023_184_6_171

This article examines Russian and German postcards from the World War I era. Postcards were the most popular and democratic means of communication. The patriotic mobilization of World War I forced those at war to consider internal cohesion, which contributed to the formation of shared national identities. The article shows how the communicative characteristics of the postcard turned it into a means of national imagination, allowing for the representation of images of the self and images of the Other in an accessible form. In addition to traditional subjects, new scenes appeared, which exposed the atrocities of the enemy or appealed to one's own mercy. The commonality of themes and subjects in Russian and German postcards did not, however, cancel out the particularities in the representation of each other.

«Нам хочет казаться, что ни одно событие никогда еще настолько не разрушало ценнейшее общественное достояние человечества, не сбивало с толку так много самых ясных умов, так основательно не принижало высокое», — писал Зигмунд Фрейд весной 1915 года в своем эссе «Разочарование войны». Он подчеркивал, что эта война «разрывает все узы общности между воюющими друг

с другим народами и угрожает оставить после себя озлобленность, которая на долгое время сделает невозможным налаживание этих связей»¹. Всего через полгода после начала войны австрийский психолог сформулировал первые выводы о психологических причинах ожесточенного противостояния стран-участниц и одним из первых высказал обоснованные предположения о влиянии этой жестокости на будущее европейских народов.

В человеческой истории насилие выполняло самые разные функции и проявлялось в разнообразных формах [Gewalt. Strukturen 2000]. В Новое время в Европе было сделано очень много, чтобы поставить военное насилие и жестокость под контроль [Contamine 2000; Physische Gewalt 1995]. Не имея возможности полностью искоренить нецивилизованные способы соперничества, европейские общества маргинализировали основные антигуманные практики, вытесняя кровопролитие на окраины собственной ойкумены или перенося его в колонии. Печальный опыт массовых убийств в период религиозных войн прошлого требовал разделения комбатантов и гражданского населения, что способствовало принципиальному изменению самого характера боевых действий. Однако становление в XIX веке наций и национальных государств привело к возрождению давно забытых практик. Вытесняемая прежде жестокость вновь вернулась, сделав, прежде всего, Первую мировую войну тотальной войной на уничтожение.

Начавшаяся в 1914 году война продемонстрировала, что у насилия появились новые функции: символические и репрезентационные. В условиях государства модерна насилие было поставлено на службу формирования национального мифа [Taylor 2002]. Тотальная мобилизация в условиях войны высвободила внутри воюющих стран очень мощную энергию объединения, воскресив ожидания лучшего будущего, обещающего преодолеть многие проблемы современного индустриального общества и, прежде всего, классовый и идеологический раскол. Война, стимулировав отказ от прежних конкурирующих идентичностей (региональных, конфессиональных и политических), инициировала работу над осмыслением довольно абстрактных представлений о себе, того, что значит быть немцем, французом, англичанином, русским и т.д. Эта национальная классификация мира связана с нормативным приписыванием позитивных характеристик всем, кто является членом родного сообщества, и негативных — тем, кто в него не включен. По словам немецкого историка С. Мюллера, «так как нация не является устойчивой субстанцией, то семантический уровень приобретает принципиальное значение», что делает язык необходимым медиумом для ее политического конструирования [Müller 2002: 24]. В отличие от национальных государств, нации не являются неизменными однозначно фиксированными единицами, и поэтому они образуют, как однажды выразился Г.У. Велер, «в принципе пустое пространство, наполняемое по-разному в разные времена» [Wehler 1994: 75].

В этом процессе национального воображения визуальные образы себя, с одной стороны, и врагов — с другой, играют не менее важную роль, чем традиционные носители смысла: устные и письменные. Поэтому формирование и тиражирование визуальных образов можно считать способами «социального дизайна», которые осуществляются через практики рассматривания и программируют «ракурс видения, а значит, и восприятия реальности» [Вишленкова

1 Фрейд З. О духе времени о войне и смерти // Фрейд З. Собр. соч.: В 10 т. Т. 9. М.: СТД, 2007. С. 35, 38.

2011: 17]. Вне всякого сомнения, самым массовым поставщиком визуальных образов в годы Первой мировой войны являлась почтовая открытка, изобретенная в немецких землях еще в 1865 году. По имеющимся данным, в Германии во время войны 1914—1918 годов между фронтом и тылом отправлялось в среднем более 8,5 млн почтовых открыток ежедневно [Eckart 2013: 11]. Бытование открытки на границе частной и публичной сфер [Медяков 2019: 158] включило ее в арсенал многих общественно-политических групп России и Германии, дав прекрасную возможность для артикуляции собственных представлений и ценностей, которые можно было распространить и сделать общепринятыми.

Демократичность открытки как средства коммуникации выражалась в простоте написания, дешевизне производства и скорости доставки. Это сделало открытку, в отличие от письма, доступной всем без исключения социальным слоям [Там же]. Не последнюю роль в популяризации этого способа общения в Германии сыграла Франко-прусская война 1870—1871 годов, подтолкнувшая общество к принятию почтовых карточек [Holzheid 2011: 153—164]. В Российской империи история открытки началась в 1872 году, а уже в 1894 году их производство было разрешено независимым издателям, что увеличило разнообразие изображений и материалов, сделав необходимым ориентирование на потребности публики [Пасхальная открытка 2014: 4]. Рост территориальной мобильности в стремительно модернизируемых европейских странах, вызванный в том числе развитием железнодорожного транспорта и становлением туризма, также стимулировал необходимость в массовом и дешевом средстве общения, которым и стала открытка.

Но не только массовость и доступность делают открытку достойным объектом исследовательского интереса. Почтовые открытки, являвшиеся детищем нового индустриального общества, стали неотъемлемой частью буржуазной культуры. Поддерживая коммуникацию между людьми в условиях разворачивавшихся процессов мобильности и урбанизации, они стали мощным консолидирующим средством, сохранявшим коллективы от возможного распада. Открытки и деятельность почтовых служб в значительной мере упростили общение, позволив близким людям, разделенным пространством, не только обмениваться жизненно важной текстуальной информацией, но и формировать общий набор визуальных образов, символов, вызывать схожие эмоции и тем самым интегрировать разнообразные сообщества: семейные, профессиональные, локальные [Holzheid 2011]. В нашей статье мы предполагаем, что вместе с начавшейся мировой войной это коммуникативное свойство почтовых открыток — способность втягивать в водоворот общения неограниченное количество участников — проявило себя еще раз. Открытки стали элементом тотальной войны.

В этой статье были рассмотрены почтовые открытки, сохранившиеся и имеющиеся в открытом доступе, которые были выпущены в Германии и России с 1914 по 1918 год. Немецкие открытки находятся в оцифрованном виде в коллекциях на сайте Оснабрюкского университета (Universität Osnabrück)². Российские открытки взяты из коллекции Н.С. Тагрина, которая хранится в Государственном музее истории Санкт-Петербурга (ГМИ), а также коллекции

2 Historische Bildpostkarten: Der Erste Weltkrieg auf der Bildpostkarte. Universität Osnabrück / Sammlung Prof. Dr. S. Giesbrecht // <http://www-old.bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/index.php> (дата обращения: 22.02.2023).

Российской национальной библиотеки (РНБ), представленной в Фонде эстампов. Кроме того, ряд открыток были опубликованы ГМИ в отдельных альбомах с репродукциями³. Все открытки, а также их репродукции содержат информацию о датировке, штемпеле, издательстве, издателе, серии, художнике или фотографe, месте хранения оригинала, а также о тексте послания, написанного на оборотной стороне.

Известно, что любой визуальный источник может быть рассмотрен с трех сторон: процесса производства, собственно изображения, и аудитории, на которую он ориентирован [Rose 2001: 188]. В случае с почтовыми открытками основными субъектами, участвовавшими в процессе их создания, являлись заказчики, издательские компании, цензурные органы, фотографы, художники, авторы текстов. Так, в Российской империи в годы войны, кроме коммерческих издательств, заказчиками открыток часто выступали благотворительные общества, официальные учреждения или общественные организации. Среди издателей можно встретить разнообразные комитеты: министерские (Издание комитета при Министерстве финансов для оказания помощи воинским чинам), губернские (Издание Московского губернского комитета Всероссийского земского союза помощи больным и раненым) и городские (Издание Петроградского городского комитета), а также императорские общества (Императорское человеколюбивое общество) и даже журналы (издание журнала «Аргус»).

Особый «публично-приватный» тип открыточной коммуникации, в которой участвуют не только автор сообщения и его адресат, но и бесчисленное количество третьих лиц — от цензоров и почтальонов до соседей и сослуживцев, — совершенно по-иному, в отличие от писем и телеграмм, ставит вопрос аудитории. Это делает проблему частного восприятия каждой отдельной открытки почти невозможной для решения. Кроме того, почтовая открытка сочетает в себе два типа послания — текстуальное и изобразительное. Сопроводительный текст на ней играет роль «тисков», зажимающих «коннотативные смыслы» [Барт 1989: 304] и контролирующих набор возможных интерпретаций визуального сообщения. Это относится не только к поздравительным открыткам; по такому же сценарию развивается коммуникация с помощью рекламных, туристических, приветственных сообщений. Как следствие, при работе с открытками возможен как анализ визуального образа, предложенного автором, так и того, как он «должен» восприниматься потребителем.

Переходя к открыточным изображениям, важно отметить комплексность их типов, среди которых можно встретить как фотографии, так и рисунки. Говоря о последних, нужно помнить об историчности правил их создания, «визуальных условностях» [Burke 2001: 19], принятых в качестве естественных в определенной культуре. Такая интертекстуальность, или «интервизуальность», изображений, способных аккумулировать в себе отсылки к другим текстам и образам культуры, делает их незаменимыми в процессе конструирования национальной идентичности [Вишленкова 2008: 410]. В частности, многие рисунки на открытках и в других визуальных материалах стилистически отсылали к лубку, что позволяло художникам представить войну в качестве истинно «народной» [Nedd 2009]. Что же касается печатавшихся на открыт-

3 Почтовая карточка на службе военной пропаганды. Первая мировая война: из собрания Государственного музея истории Санкт-Петербурга: Альбом-каталог / Авт.-сост. Л.И. Петрова. СПб.: ГМИ СПб, 2018.

ках фотографических изображений, то необходимо учитывать, во-первых, существовавшую в начале XX века веру в уникальную способность фотографии точно передавать реальность, что повышало доверие аудитории, а во-вторых, ту особую, по сравнению с рисунками, роль сопроводительных надписей, контекстуализирующих для потребителя время, место и обстоятельства их создания. Поэтому, несмотря на «меньшую» красочность, фотография с открытки, снабженная подписью, позволяла зрителю «проникнуть» во фронтовую или лазаретный быт, прикоснуться к повседневности войны, невзирая на технические ограничения тогдашней фотоаппаратуры.

Учитывая массовый характер почтовых отправлений в годы Первой мировой войны, создание открытки, а также саму процедуру ее отправления можно рассматривать в качестве успешной практики конструирования национального образа себя и образа Другого, столь необходимой для тотальной мобилизации. С началом боевых действий, кроме традиционных праздничных образов и туристических локаций, на открытках появились новые сюжеты, так или иначе связанные с войной: государственная символика, портреты монархов, полководцев и героев войны, сцены боевых действий и солдатского быта, призывы к сбору пожертвований, а также изображения детей в военной форме. Каждый новый сюжет обладал многоуровневым значением и собственной прагматикой. Так, например, присутствие на почтовых открытках детей — самой ценной и незащищенной группы общества — должно было демонстрировать каждому солдату, за что он должен воевать. А появление на открытках детей в военной форме может быть объяснено новым тотальным характером войны, от которой невозможно никому укрыться [Охотникова, Хряков 2021].

Не удивительно, что война среди прочих породила и такой сюжет для массовых открыток, как демонстрация вражеской жестокости. Но в то же время, вместе с репрезентацией этого насилия, открытки стали местом демонстрации милосердия, прежде всего по отношению к самому врагу. Это поразительное соседство принципиально противоположных сюжетов заставляет задуматься над вопросами, как в годы военного противостояния было возможно сосуществование открыток с изображениями как зверств противника, так и милосердного отношения к нему и каким содержанием открыточные изображения наполняли образы себя и Другого.

Впервые внимание к цивилизованному характеру войны было закреплено в ходе Гаагских мирных конференций 1897 и 1907 годов, установивших правила обращения с гражданскими лицами и военнопленными. Конвенция о законах и обычаях сухопутной войны, принятая 18 октября 1907 года, гласит:

Желая... служить делу человеколюбия и сообразоваться с постоянно развивающимися требованиями цивилизации... надлежит подвергнуть пересмотру общие законы и обычаи войны... чтобы ввести в них известные ограничения, которые, насколько возможно, смягчили бы их суровость⁴.

В годы мировой войны эти соглашения стали основой для новой пропагандистской риторики, с помощью которой каждое воюющее государство стреми-

4 IV Гаагская конвенция о законах и обычаях сухопутной войны 1907 года с приложением: «Положение о законах и обычаях сухопутной войны» // https://doc.mil.ru/documents/quick_search/more.htm?id=11967448@egNPA#txt (дата обращения: 03.09.2023).

лось доказать свою цивилизованность и указать на жестокость и варварство противника.

Поводом для появления вражеских «зверств» в качестве популярного мотива текстуальных и визуальных сообщений стало германское вторжение в нейтральную Бельгию, закрепившее в союзнической риторике за немцами образ «варваров», а за странами Антанты — образ спасателей «современной» европейской цивилизации от возвращения к «дикарству» [Gullace 2009: 64]. Не только плакаты, но и пресса, в частности британская, активно фокусировалась на преступлениях, совершенных немецкими войсками против гражданского населения, имея для этого как мобилизационные, так и вполне прагматичные мотивы — война стимулировала спрос на информационные материалы, а «ужас продавал газеты» [Todman 2005: 14]. Не отставали и российские издания: в первые годы войны «Вестник Красного креста» активно публиковал статьи и заметки о немецких и австрийских зверствах, жестоком обращении с военнопленными и медсестрами Красного Креста⁵, а «Военно-медицинский журнал» рассказывал об особенностях ранений от запрещенных «разрывных» пуль, применявшихся противником⁶, — широкую известность последних подтверждает и открытка с рисунком бойца с раздробленной костью⁷.

Российские производители открыток использовали несколько кейсов и сюжетных линий для обвинения врага в варварском поведении. Прежде всего, это изображения разрушенных населенных пунктов и памятников культуры. Фотографии разрушенного собора в Реймсе или ратуши в Лувене, позаимствованные из французской и английской печати, дополнялись рисунками разорения с Восточного фронта. Для российского контекста особенно стоит упомянуть случай Калиша — небольшого польского городка на границе с Германской империей, где в начале августа 1914 года немецкие войска устроили расправу над местным населением. Это событие активно воспроизводилось на почтовых карточках — так, известный художник А. Аписит создал открытку «Зверство в Калише», повествующую о насилии над девушкой на глазах отца и двух братьев, после которого она была убита, а братья и отец расстреляны⁸. Для российской прессы Калишский погром стал, как пишет Л. Энгельштейн, «собственной Бельгией», позволив нейтрализовать репутацию агрессора и «установить равенство в страданиях с жертвами на Западе» [Engelstein 2012: 35]. «Калишские события» стали именем нарицательным и дали название целой серии открыток с рисунками Аписита, выполненными в лубочном стиле и повествующими о вражеской жестокости. Так, одна открытка была посвящена австрийскому городу Подволочиску, где, согласно подписи, австрийские войска убили пятнадцать сестер милосердия Красного Креста⁹.

5 *Боцяновский В.* Немецкие зверства и международное право // Вестник Красного Креста. 1915. № 4. С. 1240—1250.

6 *Серапин К.П.* О ранах от разрывной пули на юго-западном фронте // Военно-медицинский журнал. 1915. № 4. С. 435—449.

7 Почтовая карточка на службе военной пропаганды... С. 312.

8 *Аписит А.П.* Зверство в Калише. Насилие девушки на глазах отца и 2-х братьев. После издевательств девушку убили, а братьев и отца расстреляли. М.: Собр. Изд. тип.-лит. «Виктория», [между 1914 и 1917].

9 *Аписит А.П.* Калишские события. Во время столкновения австрийцев с русскими в Подволочиске австрийцы убили 15 сестер милосердия Красного Креста. М.: Собр. Изд. тип.-лит. «Виктория», [между 1914 и 1917].

Кроме изображения конкретных кейсов, к сюжету о зверствах отсылали рисунки гражданских жертв — мертвых женщин и детей. Подписи к открыткам указывали на причастность к этим преступлениям немецких солдат: «здесь побывали германцы»¹⁰, «после ухода тевтонов»¹¹, «после набега немцев»¹². Интересно, что тема увечий и смерти собственных воинов чаще всего встречается вместе с описаниями практик мародерства — мертвые/умирающие солдаты, которых грабит/добывает враг-мародер¹³. Таким образом, смерть или ранение солдата больше не воспринимались как фатальное стечение обстоятельств, а были следствием бесчестного и жестокого поведения противника. В целом можно заключить, что обвинения врага в варварстве и проявлении «звериной» жестокости, подробно представленные как на открытках, так и в иллюстрированной прессе, должны были поддерживать чувство ненависти в отношении противника и мобилизовать население на сопротивление [Жердева 2014: 167].

Попыткой ответа германской пропаганды на обвинения в жестоком обращении с мирным населением стали ссылки на отсталость и бескультурие противника [Нагорная 2008: 115; Fischer 2014: 200], что в случае с Россией позволяло использовать традиционные ориенталистские стереотипы. Для описания восточного врага немецкие производители активно эксплуатировали тему алкоголизма, изображая пьяных русских солдат¹⁴ и пограничников¹⁵. Кроме того, распространенными мотивами в немецких открытках являлись такие «типичные» черты русской повседневности, которые должны были шокировать немецкого обывателя, как грязь, вши, голод. Так, например, в серии открыток «Письма казака» русский солдат Иван, передавая привет невесте и матери, подчеркивает, что в немецком плену его кормят лучше, чем дома¹⁶. Содержание немецких открыток подтверждает вывод, сделанный ранее на других материалах: в визуальной культуре воюющей Германии не сложился образ агрессивного русского врага-варвара, его место занял «стереотип глупого невежественного и грязного славянина» [Coore 1992: 25]. Х. Корте связывает это с меньшей направленностью немецкой пропаганды на агрессивное оскорбление противника и большим акцентом на «собственное духовно-нравственное и военное превосходство» [Korte 2007: 49]. Этот же смысл заложен и в немецких открытках, изображающих мародерствующих казаков, которых обстреливает немецкий броневик¹⁷, — яркий образ противостояния современной цивилизации и отсталого варварства. Даже в визуальном конструировании реальных случаев соприкосновения немецкого гражданского населения с русской армией тема жестокости последней практически не отразилась. Так,

10 Почтовая карточка на службе военной пропаганды... С. 117.

11 Там же. С. 196.

12 Там же. С. 162.

13 *Alcum A.P.* Германские шакалы. «Гусары смерти» — страшное название! За что ж дано такое звание? За то, что мертвых обирают, И храбро раненых штывками добивают! М.: Собр. Изд. тип.-лит. «Виктория», [между 1914 и 1917].

14 Russische Mobilmachung // https://bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/frontend/index.php/Detail/objects/os_ub_0011150 (дата обращения: 11.02.2022).

15 Russische Grenzsoldaten // <http://www-old.bildpostkarten.uos.de> (дата обращения: 11.02.2022).

16 Kosakenbrief // https://bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/frontend/index.php/Detail/objects/os_ub_0011152 (дата обращения: 11.02.2022).

17 Deutsches Panzerauto plündernde Kosaken beschiessend // <http://www-old.bildpostkarten.uos.de/displayimage.php?album=search&cat=0&pos=7> (дата обращения: 11.02.2022).

все, что связано с оккупацией Восточной Пруссии, не обошедшейся без мародерства и насилия со стороны русских солдат [Ян 2010: 179], сконцентрировано по большей части на фигуре «генерала-освободителя» П. фон Гинденбурга¹⁸.

Противостояние созданному образу варвара скорее происходило в немецких открытках через указание на собственную цивилизованность. Так, на одной открытке из серии, названной «Наши варвары», помещена фотография улыбающихся немецких солдат, обнимающих не менее веселых местных и, согласно подписи, — русских детей¹⁹. Фотографическая открытка этой же серии демонстрирует армейских поваров с выстроившейся перед ними очередью ребятни, а подпись иронично обыгрывает образ «гунна»: «Варвар раздает еду детям бедного населения»²⁰. Радуются немецким солдатам и крестьяне в Галиции — открытка рисует крестьян, приветствующих Гинденбурга, который «изгнал русский рубль»²¹. Как отмечает К. Бартель, такая попытка настроить местное население оккупированных территорий против бывшей Российской империи сопровождалась идеей о необходимости и ценности немецкого управления, которое приведет к процветанию занятых регионов [Barthel 2014: 240].

Изображения гармоничных отношений собственной армии с местным населением были распространены и на российских открытках, подписи к которым называли солдата «желанным гостем польского крестьянина»²², помогающим в хозяйстве и полевых работах. Художники, в частности уже упоминавшийся А. Аписит, воспроизводили этот сюжет, изображая местное население, радующееся приходу русских солдат²³ и объединению народов Восточной Европы с Россией²⁴. Отдельно стоит сказать про уже упомянутый Калишский погром, который поставил вопрос о настроениях среди поляков на австро-венгерской и германской территориях. Погром стал причиной составления воззвания Верховного главнокомандующего великого князя Николая Николаевича, обращенного к полякам и распространявшегося в том числе на открытках [Колоницкий 2010: 398—410]. Воззвание, написанное по-польски, обещало национальное единство и некоторую степень самоуправления, что стало хорошей «рекламой» для российской власти [Engelstein 2012: 24]. Таким образом, идеологическая война за население оккупированных или освобожденных территорий велась с обеих сторон с использованием схожих сюжетов и инструментов.

18 Generalfeldmarschall von Hindenburg — Der Befreier von Ostpreussen // <http://www-old.bildpostkarten.uos.de/displayimage.php?album=search&cat=0&pos=19> (дата обращения: 11.02.2022).

19 Unsere Ostpreußen als „Deutsche Barbaren“ in Russland // https://bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/frontend/index.php/Detail/objects/os_ub_0011348 (дата обращения: 11.02.2022).

20 Der Barbar verteilt Essen an die Kinder der armen Bevölkerung // https://bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/frontend/index.php/Detail/objects/os_ub_0011350 (дата обращения: 11.02.2022).

21 Hindenburg. Geht wieder nach Galizien rein mit Jubel, verjagt ist jetzt der russ. Rubel // https://bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/frontend/index.php/Detail/objects/os_ub_0012486 (дата обращения: 11.02.2022).

22 Почтовая карточка на службе военной пропаганды... С. 112.

23 Аписит А.П. Не бойтесь братьев...: В страхе Польша... «Чужеземцы»... — Шепчут бледные уста... «Не пугайтесь, мы не немцы, — Мы не сделаем вам зла!» М.: Изд. А.Н.Г., [между 1914 и 1917] (Клише и печать Торг. дома Генегар и Ко).

24 Аписит А.П. Нет больше розни между братьями!!!: Литвин, поляк, еврей и малоросс, Протянем друг другу мы руки, Забудем прошлую вражду и муки — Сомкнемся на врага в один колюс! М.: Собр. изд. тип.-лит. «Виктория», [между 1914 и 1917].

Однако доказательства собственной цивилизованности не ограничивались сюжетами доброжелательных отношений с мирным населением — в отдельную группу сюжетов можно выделить образ плененного врага. Так, на немецких открытках печатались групповые снимки русских солдат в лагерях²⁵, которые не только должны были продемонстрировать эффективность германской армии, но и использовались в качестве доказательства «гуманного обращения», подчеркивая «высокий уровень развития немецкой культуры» и способствуя созданию ее позитивного имиджа [Нагорная 2008: 119]. В свою очередь, гуманное отношение к австрийским и немецким военнопленным демонстрируется разнообразием сюжетов на российских открытках: кроме схожих снимков групп пленных²⁶, они запечатлены спящими или «мирно беседующими» с русскими солдатами, которые делают им перевязки²⁷, а подписи напрямую задают рамку для интерпретации изображения: «Хорошо у русских в плену» или «Бывшие враги»²⁸. Часть сюжетов переносится на рисунки, изображающие лихо отплясывающего вприсядку немца («Ай да Михель, молодец! Научился наконец!»)²⁹ или ухаживающую за врагом сестру милосердия, которой «Бог велел щадить, любя»³⁰. Важно отметить, что демонстрация на открытках милосердия к противнику была возможна лишь в ситуации пленения — трансформация жестокого врага в военнопленного, вызывающего сочувствие, была обусловлена все теми же Гаагскими конвенциями, обязывавшими обращаться с военнопленными «человеколюбиво».

Присутствующую на открытках дихотомию образов вражеской жестокости и собственного милосердия можно объяснить и сохранившимися к началу Первой мировой традиционными представлениями о конфликтах XIX века, важной частью которых был «аристократический этикет “прекрасной эпохи”», предполагавший уважительное и достойное поведение по отношению к врагу [Нагорная 2011: 113]. С этой точки зрения указание на собственное милосердие можно интерпретировать как неприятие новой тотальности войны и желание противостоять той «брутализации» поведения, которая стала одним из следствий пережитого военного опыта [Mosse 1986].

Так идеалы прошлых конфликтов сходились с требованиями настоящего, зафиксированными в международных правовых документах, — стремясь регулировать поведение воюющих, обе стороны упирали на традиционные ценности гуманизма и ограничение насилия. О том, насколько возможным (или успешным) было их соблюдение, можно судить не только по Первой мировой, но и по последующим конфликтам, опыт которых потребовал принятия новых конвенций в рамках Женевских конференций в 1929 и 1949 годах.

Таким образом, с началом Первой мировой войны на открытках, как немецких, так и российских, появились новые сюжеты, образы и их риторическое обоснование. Закрепление незадолго до 1914 года новых правил ведения войны создало аргумент для патриотической риторики всех воюющих стран и позволило использовать тезис о «нечестной» войне, которую ведет противник.

25 Deutschlands Feinde in Gefangenschaft — Gefangene Russen aus der Schlacht von Augustow // https://bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/frontend/index.php/Detail/objects/os_ub_0013871 (дата обращения: 11.02.2022).

26 Почтовая карточка на службе военной пропаганды... С. 120—122.

27 Там же. С. 124—125.

28 Там же.

29 Там же. С. 193.

30 Там же. С. 246.

Представленные на открытках сюжеты, в том числе насилие и зверства, обладали функцией конструирования единого национального сообщества. Благодаря репрезентации насилия, это «воображаемое сообщество» получало вполне реальные очертания, ведь оно обрело тело, над которым враг совершил злодеяние. В то же время драматичные рисунки вражеских зверств дополнялись «документальными» фотографиями цивилизованного отношения к пленным. Образы собственного милосердия, стимулированные международно-правовыми договоренностями, в условиях войны превращались в дополнительные элементы производимой национальной идентичности, проводя границу между жестоким «чужим» и гуманным «своим».

Библиография / References

- [Барт 1989] — *Барт Р.* Риторика образа // Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. С. 297—318.
- (*Barthes R.* Rhétorique de l'image // *Bart R.* Izbrannye raboty: Semiotika: Poetika. Moscow, 1989. P. 297—318. — In Russ.)
- [Вишленкова 2008] — *Вишленкова Е.А.* Stephen M. Norris, A War of Images: Russian Popular Prints, Wartime Culture, and National Identity, 1812—1945 (De Kalb: Northern Illinois University Press, 2006). xiii+277 p., ill. ISBN: 978-0-87580-363-0; 0-875-80363-6 // *Ab Imperio.* 2008. № 2. С. 405—413.
- (*Vishlenkova E.A.* Stephen M. Norris, A War of Images: Russian Popular Prints, Wartime Culture, and National Identity, 1812—1945 (De Kalb: Northern Illinois University Press, 2006). xiii+277 p., ill. ISBN: 978-0-87580-363-0; 0-875-80363-6 // *Ab Imperio.* 2008. No. 2. P. 405—413.)
- [Вишленкова 2011] — *Вишленкова Е.А.* Визуальное народоведение империи, или «Увидеть русского дано не каждому». М.: Новое литературное обозрение, 2011.
- (*Vishlenkova E.A.* Vizual'noe narodovedenie imperii, ili "Uvidet' russkogo dano ne kazhdomu". Moscow, 2011.)
- [Жердева 2014] — *Жердева Ю.А.* Иллюстрированная пресса как источник формирования образа войны в 1914—1918 гг. // Россия и Первая мировая война: экономические проблемы, общественные настроения, международные отношения / Сост. С.М. Исхаков; отв. ред. Ю.А. Петров. М.: Ин-т рос. истории Рос. акад. наук, 2014. С. 155—176.
- (*Zherdeva Y.A.* Illustrirovannaya pressa kak istochnik formirovaniya obraza voyny v 1914—1918 gg. // *Rossiya i Pervaya mirovaya voyna: ekonomicheskie problemy, obshchstvennye nastroyeniya, mezhdunarodnye otnosheniya* / Ed. by Y.A. Petrov. Moscow, 2014. P. 155—176.)
- [Колоницкий 2010] — *Колоницкий Б.И.* Трагическая эротика: образы императорской семьи в годы Первой мировой войны. М.: Новое литературное обозрение, 2010.
- (*Kolonitskiy B.I.* Tragicheskaya erotika: obrazy imperatorskoy sem'i v gody Pervoy mirovoy voyny. Moscow, 2010.)
- [Медяков 2019] — *Медяков А.С.* Открытка рубежа XIX—XX вв. как социокультурный феномен // Диалог со временем. 2019. Вып. 67. С. 146—162.
- (*Medjakov A.S.* Otkrytka rubezha XIX—XX vv. kak sotsiokul'turnyy fenomen // *Dialog so vremenem.* 2019. Vol. 67. P. 146—162.)
- [Нагорная 2008] — *Нагорная О.С.* Позитив и негатив: визуализация образов российских военнопленных Первой мировой в русской и немецкой пропаганде (1914—1917 гг.) // Очевидная история: проблемы визуальной истории России XX столетия / Под ред. И.В. Нарский и др. Челябинск: Каменный пояс, 2008. С. 115—129.
- (*Nagornaya O.S.* Pozitiv i negativ: vizualizatsiya obrazov rossyskikh voennoplennykh Pervoy mirovoy v russkoy i nemetskoj propagande (1914—1917) // *Oche-vidnaya istoriya: problemi vizual'noy istorii Rossii XX stoletiya.* Chelyabinsk, 2008. P. 115—129.)
- [Нагорная 2011] — *Нагорная О.С.* Военный плен Первой мировой войны: традиции «Прекрасной эпохи» и тенденции «То-

- тальной войны» // Вестник РУДН. История России. 2011. № 1. С. 107—119.
- (Nagornaya O.S. Voennyi plen pervoy mirovoy voyny: traditsii "Prekrasnoy epokhi" i tendentsii "total'noy voyny" // Vestnik RUDN. Istoriya Rossii. 2011. No. 1. P. 107—119.)
- [Охотникова, Хряков 2021] — Охотникова О.К., Хряков А.В. У войны не детское лицо? Дети на российских и немецких открытках Первой мировой войны // Неприкосновенный запас. 2021. № 137. С. 217—227.
- (Okhotnikova O.K., Khryakov A.V. U voyny ne detское litso? Deti na rossiyskikh i nemetskikh otkrytkakh Pervoy mirovoy voyny // Neprikosnovennyy zapas. 2021. No. 137. P. 217—227.)
- [Пасхальная открытка 2014] — Пасхальная открытка. Альбом-каталог / Авт.-сост. И.А. Карпенко. СПб.: ГМИ СПб, 2014.
- (Paskhal'naya otkrytka. Al'bom-katalog / Ed. by I.A. Karpenko. Saint Petersburg, 2014.)
- [Ян 2010] — Ян П. «Нечисть царей, нечисть варваров». Русская оккупация Восточной Пруссии 1914 г. в восприятии немецкой общественности // Россия и Германия в XX веке: В 3 т. Т. 1: Обольщение властью. Русские и немцы в Первой и Второй мировых войнах / Под ред. К. Аймермахера, Г. Бордюгова. М.: АИРО-XXI, 2010. С. 176—191.
- (Jan P. "Nechist' tsarey, nechist' varvarov". Russkaya okkupatsiya Vostochnoy Prussii 1914 g. v vospriyatii nemetskoj obshchestvennosti // Rossiya i Germaniya v XX veke. Vol. 1 / Ed. by K. Ajmermaher, G. Bordyugov. Moscow, 2010. P. 176—191.)
- [Barthel 2014] — Barthel C. The Cultivation of Deutchtum in Occupied Lithuania during the First World War // World War I and Propaganda / Ed. by T.R.E. Paddock. Leiden; Boston: Brill, 2014. P. 222—247.
- [Burke 2001] — Burke P. Eyewitnessing: The Uses of Images as Historical Evidence. London: Reaktion, 2001.
- [Contamine 2000] — Contamine Ph. War and Competition between States. Oxford: Clarendon, 2000.
- [Coupe 1992] — Coupe W. German Cartoons of the First World War // History Today. 1992. Vol. 42. P. 23—30.
- [Gullace 2009] — Gullace N.F. Barbaric Anti-Modernism: Representations of the "Hun" in Britain, North America, Australia, and Beyond // Picture This: World War I Posters and Visual Culture / Ed. by J. Pearl. Lincoln: University of Nebraska Press, 2009. P. 61—77.
- [Eckart 2013] — Eckart W.U. Die Wunden heilen sehr schön: Feldpostkarten aus dem Lazarett 1914—1918. Stuttgart: Steiner, 2013.
- [Engelstein 2012] — Engelstein L. "A Belgium of our own". The sack of Russian Kalisz, August 1914 // Fascination and Enmity. Russia and Germany as Entangled Histories, 1914—1945 / Ed. by M. David-Fox, P. Holquist. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2012. P. 13—38.
- [Fischer 2014] — Fischer C. Of Occupied Territories and Lost Provinces: German and Entente Propaganda in the West during World War I // World War I and Propaganda / Ed. by T.R.E. Paddock. Leiden; Boston: Brill, 2014. P. 199—220.
- [Gewalt. Strukturen 2000] — Gewalt. Strukturen, Formen, Repräsentation / Hrsg. von M. Dabag, A. Kapust, B. Waldenfels. München: Fink, 2000.
- [Holzheid 2011] — Holzheid A. Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt, 2011.
- [Korte 2007] — Korte H. Die Mobilmachung des Bildes — Medienkultur im Ersten Weltkrieg // Krieg-Medien-Kultur: neue Forschungsansätze / Hrsg. von M. Karmasin und W. Faulstich. Paderborn: Fink, 2007. S. 35—66.
- [Mosse 1986] — Mosse George L. Two World Wars and the Myth of the War Experience // Journal of Contemporary History. 1986. Vol. 21. No. 4. P. 491—513.
- [Müller 2002] — Müller S.O. Die Nation als Waffe und Vorstellung. Nationalismus in Deutschland und Großbritannien im Ersten Weltkrieg. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 2002.
- [Nedd 2009] — Nedd A.M. Segodnyashniy Lubok: Art, War, and National Identity // Picture This: World War I Posters and Visual Culture / Ed. by J. Pearl. Lincoln: University of Nebraska Press, 2009. P. 241—269.
- [Physische Gewalt 1995] — Physische Gewalt. Studien zur Geschichte der Neuzeit / Hrsg. von Th. Lindenberger. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1995.
- [Rose 2001] — Rose G. Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. London: SAGE Publications, 2001.
- [Taylor 2002] — Taylor Ch. Gewalt und Moderne // Transit. Europäische Revue. 2002. No. 23. S. 53—72.
- [Todman 2005] — Todman D. The Great War: Myth and Memory. London; New York: Hambledon and London, 2005.
- [Wehler 1994] — Wehler H.-U. Nationalismus als fremdenfeindliche Integrationsideologie // Das Gewalt-Dilemma. Gesellschaftliche Reaktionen auf fremdenfeindliche Gewalt und Rechtsextremismus / Hrsg. von W. Heitmeyer. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1994. S. 73—90.