

Владислав Аксёнов

«Враги России» в журнальной карикатуре*

Vladislav Aksenov

(Institute of Russian History, Russian Academy of Sciences)

«The enemies of Russia» in journals' cartoons

XX век оказался чрезвычайно насыщенным в развитии гуманитарного знания, обогатившегося новыми подходами и направлениями. Становления наиболее заметных из них («лингвистического» и «визуального») принято называть поворотами. Благодаря развитию семиотики изображение стало рассматриваться как знаковая система, сообщение, существующее параллельно традиционному источнику информации – письменному тексту. Учёт знаковой природы сообщения, представленного в форме, удобной для зрительного восприятия, позволил изучать его как особый вид текста, оперирующий собственной системой образов.

В последние десятилетия «визуальная история» «проникла» в историческую науку. В научный оборот вводились новые источники зрительного восприятия – кино, фотография, живопись, графика, мода¹, проводились конференции и публиковались сборники статей, посвящённые вопросам «художественного» в истории². Вместе с тем говорить о состоявшемся в ней «визуальном повороте» (в отличие от антропологии, культурологии), вероятно, рано – часто авторы допускают терминологическую путаницу, отрицают самодостаточность изобразительного сообщения. А.Б. Соколов, например, употребил словосочетание «визуальное изображение» (*sic!*) и противопоставил его тексту (отрицание невербального текста), сделав вывод о том, что соответствующий поворот означает «отказ от “научного” стиля и переход к нарративу»³. В действительности использование изображения в качестве иллюстрации (или даже подмены) письменного текста не является имаго-

логическим исследованием – здесь не подразумевается применение образа как самодостаточного источника, особой знаковой системы, нуждающейся в дешифровке. Другая точка зрения представлена в статье К.Л. Лидина и М.Г. Меерovichа, которые на основе контент-анализа образов пропагандистского плаката пытались «перевести» эмоциональную структуру изобразительного текста на вербальный язык⁴. Вместе с тем данная концепция подверглась критике некоторых исследователей – из-за «закрытости» использованного авторами инструментария и отсутствия ясной методологической базы их изысканий⁵.

Учитывая, что методология визуальных исследований в исторической науке ещё только начинает формироваться, следует обозначить некоторые актуальные положения. Прежде всего, это подход к изображению как к знаковой системе, тексту, чьё значение как сообщения не сводится к функции иллюстрирования вербального текста. Далее, изучение специфики взаимодействия визуального знака и слова, когда вербальные метафоры находят оригинальные визуальные прочтения, формирующие новые смыслы. Кроме того, необходимо учитывать соотношения авторских приёмов и существующих визуальных традиций, клише, а также изучение особенностей восприятия одних и тех же визуальных образов различными социальными группами. Важно, что в последнее время многие исследователи признают: визуальный образ включает больший объём информации, чем вербальный, что повышает его значимость в качестве исторического источника⁶.

* Филиппова Т., Баратов П. «Враги России». Образы и риторика вражды в русской журнальной сатире Первой мировой войны. М.: АИРО–XXI, 2014.

Очевидно, что в рамках прежних методов, ориентированных на работу с письменными источниками, крайне сложно проводить подобные исследования. Причём существующие в западной историографии подходы — иконологический, семиотический, дискурс-аналитический, контент-аналитический, психоаналитический и проч. — также не предлагают готовых рецептов анализа визуального, хотя теоретические наработки позволяют выстраивать обобщённые модели, учитывающие конкретные исследовательские задачи⁷. Вследствие этого отечественной историографии свойственна некоторая излишняя теоретическая осторожность, которая, впрочем, может быть оправдана тем, что нередко кажущиеся перспективными теории «пасуют» при встрече с конкретно-историческим материалом.

В монографии Т. Филипповой и П. Баратова объектом изучения выбраны образы «врага» в журнальной сатире 1914–1917 гг. Источниками при этом стали фельетоны, стихи, анекдоты и карикатуры. Но именно последние названы авторами «самой яркой частью содержания военных материалов» (с. 10), что позволяет отнести данное исследование к визуальному направлению. Учитывая, что жанр карикатуры связан с передачей зрителю определённого чувства, монография методологически пересекается и с другим направлением современной историографии, активно развивающимся в англоязычной литературе с середины 1980-х гг. и набирающим популярность в русскоязычной среде, — историей эмоций⁸.

Несмотря на то что с недавнего времени русская политическая карикатура начала XX в. всё чаще становится предметом исторических изысканий, методология этой темы находится в состоянии начальной разработки⁹. Поняв нетривиальную роль визуального образа в социальной коммуникации (в том числе и в политической пропаганде), авторы уже во введении поднимают проблему соотношения связанных с политическими реалиями «новых» форм репрезентации образа «врага» и старых, представленных архетипическими мифологемами (с. 9). Отталкиваясь от лотмановской концепции дихотомии «Восток и Запад в русской

культуре», историки отмечают разницу в репрезентации Германии и Турции, полагая, что мифологема «турка» обладала исторической глубиной и соответствовала традиционным фобиям россиян, в то время как обобщённый образ «немца» был сформирован реалиями Первой мировой войны. Дихотомия «Восток — Запад» пересекается в книге со сферой исследования оппозиции «свой — чужой», предполагая неоднозначность, динамику образа «врага», что представляется достаточно важным наблюдением, способным преодолеть некоторый схематизм имагологических концепций «другого».

В монографии три главы: «Австриец и его соседи» (Баратов), «Турок — злодей и жертва Великой войны», «Германец и его амплуа в русской журнальной сатире» (Филиппова). Важно, что в процессе исследования авторы отмечают роль каждого участника репрезентации вражеского мира, реконструируя общую структуру сатирической пропаганды.

Баратов подчёркивает, что образ «австрийца» сформировался раньше образа «германца», так как ещё с момента аннексии Боснии и Герцеговины в 1908 г. в российской сатирической журналистике утвердилась тема вины Австро-Венгрии за развязывание военного конфликта. Важно, что исследователи расширили «конфликтное поле» России и Австрии до сферы культурного противостояния двух имперских столиц — Вены и Петербурга, в результате политическая карикатура периода войны пересеклась с дискурсом культурного соперничества. Это подтверждается и исследованной Баратовым морфологией антиавстрийской сатиры: он указывает на использование в русской политической карикатуре типажей венской оперетты. Русские художники «применили» против Австрии её же «оружие», умело обыгрывая процесс маргинализации венской оперетты начала XX в., превращения её в массовую театральную индустрию (с. 68). Можно дополнить, что источниками карикатурных сюжетов были и русский народный лубок, к которому в годы Первой мировой войны возрос интерес со стороны издателей и именитых художников (Н. Ремизова, Г. Нарбута, К. Малевича), и образы,

композиционные приёмы средневековой летописной миниатюры, переводившие частные сатирические сюжеты на уровень эпических событий¹⁰.

Тема культурного вырождения пересеклась с образом Франца-Иосифа (персонифицировавшего Австро-Венгрию), которому, по замечанию Баратова, сатирическая печать, подчёркивая мотивы болезни, тяжёлых травм и возрастных недугов, отводила роль «живого мертвеца». В результате образ «империи» в русской журнальной сатире балансировал на грани насмешки и опасения, иронии и фобии (с. 51). Такой дуализм можно проиллюстрировать на примере мотива «австрийской пушки». Например, письменные источники личного происхождения, а также визуальные материалы – иллюстрации в журналах, детские рисунки периода Первой мировой войны – показывают, что словосочетание «австрийская пушка» использовалось в качестве тропа, архетипической метафоры, указывавшей на существование в русском обществе фобии относительно военно-технического превосходства Австро-Венгрии, которая против самой тяжёлой российской 280-мм мортиры уже в 1914 г. имела 420-мм гаубицу производства концерна «Шкода», а его 305-мм мортиры в феврале 1915 г. обстреливали русскую крепость Осовец. Распространявшиеся слухи о технических достижениях противника рисовали в воображении современников жуткие образы.

Автор обращает внимание на карикатуры, высмеивавшие «австрийскую пушку», которая стреляла в обе стороны, разрывая на куски собственный расчёт (с. 73). Тем самым рисунок выполнял некую терапевтическую функцию, снижая степень общественного страха перед техническими достижениями противника. Отметив в конце главы характерные карикатурные черты Болгарии, Румынии и Сербии, Баратов подчёркивает, что во вражеском образе Австро-Венгрии отсутствовали венгерские черты – он был преимущественно австрийским. Это, видимо, объясняется персонификацией империи в виде австрийского монарха Франца-Иосифа и тем, что венгры намного охотнее австрийцев и немцев сдавались в плен русской армии. Среди военнопленных

габсбургской армии совокупная доля австрийцев и немцев составляла 20–22%, в то время как одних венгров было 24–25%¹¹, что ещё больше «подкрепляло» образы не желавших воевать с Россией венгров. Последние, хотя и считались менее благонадёжными, чем пленные славяне, были изображены на бытовых картинках занятыми на сельскохозяйственных работах в русских деревнях.

Во второй главе обращается внимание на то, что способы сатирической презентации первого этапа военных действий на Кавказском фронте повторяли визуальные приёмы, использовавшиеся отечественной сатирической журналистикой в годы Русско-японской войны 1904–1905 гг. В этом контексте «враг с Юга» становился частью собирательного образа «врага с Востока». Одной из главных характеристик образа «турка» Филиппова называет «восточную хитрость», но при этом приводит сюжеты, в которых «осман» оказался обманутым «германцем»; подчёркивает демонстрацию жёстко утилитарного отношения Германии к Турции, что делало последнюю врагом вторичным. Автор отмечает использование ориенталистских штампов в отношении «турецкости» – слабость, безволие, алчность, завистливость, не способствовавших демонизации образа, в чём усматривает репрезентационную ошибку художников: рисуя наступление русской армии на Кавказском фронте в жанре «полуведовильного приключения», они обесценивали значимость побед России (в частности, в Сарыкамышской операции) (с. 118).

Опереточную тему Филиппова обнаруживает и в отношении Турции, только в иной форме: восточную империю нередко изображали в образе «третьесортной шансонетки, обманутой коварным кавалером» (с. 119). Следует отметить, что демаскулинизация врага стала распространённым приёмом визуальной пропаганды, применявшимся в отношении не только Турции, но и куда более грозного врага – Германии¹². При всём многообразии приёмов и сюжетов высмеивания Турции автор отмечает табуированность сатиры на религиозную тему, даже в тех случаях, когда речь заходит о геноциде христиан – армянского народа. Филиппова обращает внимание на то, что сюжет «армянской резни» изменял

стратегию репрезентации «турка»: «Только при отражении этой темы во внешнем облике обобщённого “турка” однозначно исчезают черты человека, а сам этот образ наполняется неким потусторонним, зверино-демоническим содержанием абсолютного, inferнального зла» (с. 141). Исследовательница делает очень важное наблюдение: турецкие зверства относительно армянского населения связывались с немцами в тылу захваченных областей, турецкая жестокость преподносилась как урок немецкой «цивилизации» (с. 144). Учитывая начавшийся в России с 1914 г. рост германофобии, с её гиперболизированными или откровенно фальсифицированными историями, что в итоге снижало общественное доверие к официальной патриотической пропаганде, можно предположить: факт «армянской резни» посредством темы «культурного заимствования» использовался как косвенное доказательство немецкой жестокости.

Третья глава начинается анализом военных образов «своих» и «чужих» немцев: с первых дней войны типажи «учёного-педанта», «аристократа» сменили «хамоватые бюргеры». Причём, когда печать раздувала тему германских зверств, первоначальный акцент сатиры на «прусской военщине» и верхах сместился в сторону рядового немца. Впрочем, в исследовании В.П. Булдакова и Т.Г. Леонтьевой, например, отмечается и трансформация образа «немецкого учёного»: бульварная пресса изображала его с ослиной мордой и очками на носу, тупо пожирающего сосиски с картошкой¹³. Филиппова справедливо пишет о тенденции «раскультирования» Германии в параграфе, заголовок которого — «Свиньи в идеально чистых уборных» — взят из журнального фельетона: «Антикультурность, антигуманность, дикарство, презрение к международному праву и любым нормам цивилизации становятся главными “красками” в портретировании немца-противника» (с. 178–179).

В качестве центральной темы названо высмеивание экономических трудностей Германии, истощавшей свои силы в войне; отмечены такие сюжеты, как голод, социальное расслоение и пьянство. На одной из карикатур был изображён пьяный кронпринц, который не в состоянии

вести войска в бой в долине Реймса, поскольку не может пробиться сквозь груды опустошённых им бутылок. При этом Филиппова делает важное наблюдение относительно обратимого характера подобных сюжетов: в условиях жесточайшей цензуры высмеивание типичных для обоих государств пороков оказывается для русских сатириков единственной возможностью привлечь внимание читателя к внутренним проблемам своей страны. Можно добавить, что упомянутый типаж «пьяницы-кронпринца» в народном сознании легко трансформировался в образ русского «царя-пробочника», который накануне войны вместо снарядов производил одни бутылки¹⁴. Тема восприятия пропагандистских типажей представителями разных социальных групп весьма перспективна в рамках визуальных исследований, позволяет изучить эффективность тех или иных стратегий репрезентации в контексте особенностей визуального мышления. Например, выбранная властями стратегия «народной», демократической репрезентации образа «монарха» посредством документального фоторепортажа часто оборачивалась выводами крестьян о «мужиковатости» императора или даже о его умственной отсталости, приводила к десакрализации власти¹⁵.

Хотя во введении авторы отмечают, что их целью не является написание истории журналистики в годы войны, Филиппова, анализируя критические стратегии редакций различных журналов, обращает внимание, что столичная либеральная печать (в частности, аверченковский «Новый Сатирикон») не поддавалась охватившему массы германоненавистничеству и старалась соблюдать вкус и меру в деле высмеивания врага, критикуя своих чересчур «раздухарившихся» коллег по сатирическому цеху. Впрочем, авторы полагают, что по мере затягивания войны и увеличения числа жертв выдерживать такт становилось всё сложнее, в итоге даже у свободного от шовинистических настроений «Нового Сатирикона» появлялись опасения по поводу поведения «пятой колонны» — «внутреннего немца» (с. 196). Как представляется, тезис о смене фокуса с «внешнего немца» на «внутреннего» является крайне важным,

свидетельствующим об исчерпании патриотических настроений и росте оппозиционности населения. Важна в этом контексте отмеченная исследователями новая тема «матери-Германии», выступившей против кайзера: «Этот вполне позитивный... женский образ... как жертвы кайзеровского режима демонстрирует постепенный отход от сугубо негативного образа Германии в окарикатуренном образе злобной толстухи-валькирии» (с. 198). Кроме того, в ряде карикатур противопоставление кайзеровского режима «народной» Германии выражено через сюжет семейной ссоры «пьяного солдата-Вильгельма» с «женой-Германией»¹⁶.

В 1917 г. «внутренними врагами» в журнальной сатире оказались бывшие император с императрицей и Распутин. Филиппова более подробно останавливается и на образе В.И. Ленина, отмечая в нём, в частности, семитские черты (смешанный образ «еврея-большевика» с «немецким шпионом») (с. 221). Правда, по моим наблюдениям, в карикатурных портретах Ленина преобладали не столько семитские или немецкие, сколько монголоидные черты — широкие скулы и узкие глаза. Это объясняется: 1) архетипически — в народном фольклоре ещё с былинных времён Восток, Азия воспринимались источником тёмных сил, что автоматически наделяло всех врагов азиатскими чертами (не случайно Е.Н. Трубецкой в письме от 29 августа 1914 г. обратил внимание на солдатскую уверенность в том, что «немец» «азиатом смотрит» и потому жесток¹⁷); 2) психологически — при развитии темы смещения в массовом сознании образов: «врага с Запада» Первой мировой войны и «врага с Востока» периода Русско-японской; 3) бытовыми стереотипами — в 1917 г. в Петрограде развивалась ксенофобия в отношении китайцев («ходи»), которых начинали подозревать в ритуальных убийствах русских детей, вследствие чего монголоидный типаж становился собирательным образом очередного «внутреннего врага»; 4) художественно-технически — у художников предыдущих лет нарабатывались приёмы, которые могли автоматически переноситься на новые персонажи (сюда же относят эффект «памяти жанра»).

Так, иллюстратор журнала «Лукоморье» Г.А. Заборовский придумал фемининный образ Германии в виде толстой и кровожадной валькирии. На одной из карикатур под названием «Юдифь тройственного согласия» она держит в руках отрезанные головы Франца-Иосифа и Энвер-паши¹⁸. Спустя пару недель на титульном листе «Лукоморья» Заборовский поместил картину «Лето», изображавшую славянскую девушку в березовой роще, однако ракурс, поза и мимика лица девушки повторяли «Юдифь...». Сходство усиливал красный платок, спускавшийся с плеч к рукам и вызывавший ассоциации с льющей по рукам кровью¹⁹. Хотя едва ли сам автор сознательно решился на такую аналогию — близкий малявинский образ крестьянской бабы в красных одеждах в годы Первой мировой войны стал визуальным символом надвигавшейся революции²⁰.

Во второй и третьей главах происходит некоторое смещение исследовательского фокуса с собственно визуального материала на общеисторический контекст (или с синтаксиса изображения на его семантику), вследствие чего карикатуры изучаются как иллюстрации внешнеполитических событий. При анализе семантики визуального ряда акцент делается на сопроводительный текст, а не на само изображение; более привлекательными для авторов оказываются цитаты из фельетонов, нежели композиции рисунков. Досадным недостатком рецензируемой монографии стало отсутствие контент-анализа визуальных сюжетов. Проведённый Баратовым общий морфологический разбор карикатурных приёмов (гигантизм, антропоморфность абстрактных категорий, зооморфность исторических персонажей и проч.), к сожалению, не подкреплён статистическими данными. Вместе с тем методика количественного анализа позволила бы не только рассмотреть частотность тех или иных образов, приёмов визуализации, более точно определить периоды трансформации одних образов в другие, но и избежать некоторых неточностей.

Так, авторы вступают в полемику с Д.Е. Цыкаловым, утверждавшим, что основной мишенью русских карикатуристов стал кайзер Вильгельм II²¹. Тезис Цыкалова выглядит вполне обоснованно, если

вспомнить, что раненые солдаты в разговорах склонны были недооценивать австрийцев и опасаться немцев («Австрийцы — те ничего, а вот немцы — те сукины сыны»)²², что ожидаемо настраивало фокус журнальной сатиры на более опасного врага. Тем не менее Филиппова и Баратов возражают, что «в большинстве проанализированных изданий противники России в Первой мировой войне получают вполне “сбалансированное” количество уколов» (с. 21). Конечно, хотелось бы узнать точное количественное выражение «большинства» и «сбалансированности», тем более что мои подсчёты объектов карикатур в журнале «Новый Сатириконт» (авторы признают, что именно его материалы составили основу источниковой базы монографии) за 1915–1916 гг. подтверждают выводы Цыкалова. Из всех карикатур на «внешнего врага» доля Германии составляет 60.1%, при этом на Турцию приходится 15.7, Болгарию — 12.9, Австрию — 11.2%.

Любопытно, что Австрию «опередила» Болгария, что свидетельствует не о больших опасениях по поводу болгарской армии, нежели австрийской, а об эмоциональном резонансе. Его вызвало вступление Болгарии в Первую мировую на стороне неприятеля, перечеркнувшее одну из главных стратегических линий российской военной пропаганды — войну славянства против германизма, тем более что в 1916 г., когда обида утихла, доли антиболгарских и антиавстрийских карикатур уравнились. Можно отметить динамику структуры изображений «внешнего врага» в указанный период: если в 1915 г. образ «немца» составлял 58.7% из всех представленных «врагов» (немцы, австрийцы, турки, болгары), то в 1916 г. — 63.8%, что свидетельствует об усилении опасений в отношении Германии. Возросло и количество упоминаний «турок» — с 14.5% до 18.1, в то время как частота образов «австрийцев» упала с 12.2% — в 1915 г. до 8.5 — в 1916 г., «врага-болгарина» — с 14.5 до 8.5% соответственно.

Также с помощью контент-анализа на примере динамики частотности упоминаний внешней и внутренней угроз для России можно было бы уточнить время начала трансформации патриотических

настроений в оппозиционные. За 1915 г. внешние враги упоминались 131 раз, тогда как внутренние экономические (46) и политические (28) проблемы — 74. Общее соотношение упоминаний внешнего врага со всей совокупностью прочих внутренних сюжетов — 148:155, т.е. 48.8% из общего их числа. Правда, если рассмотреть динамику тем по полугодиям, окажется, что перелом в настроениях обывателей произошёл в июле 1915 г.: экономические проблемы во втором полугодии в 4.75 раз чаще упоминались в карикатурах, чем в первом, а политические — в 6 раз.

Всё это привело к тому, что в 1916 г. структура сюжетов принципиально изменилась. Общая доля образов «внешнего врага» во всей совокупности тем карикатур (кроме упомянутых экономических и политических проблем, это мотивы социального расслоения общества, адюльтера, сухого закона и пьянства, криминальные сюжеты) — 60 из 266, что составляло 22.5% (против 48.8% за 1915 г.). При этом необходимо учитывать, что в условиях жёстких цензурных ограничений издатели не могли себе позволить в полной мере сосредоточиться на критике внутренних проблем империи, поэтому их реальная степень актуальности перед внешними была ещё выше. Отмена цензуры в 1917 г. продемонстрировала более адекватную общественным настроениям тематическую структуру карикатур — из 323 сюжетов внешней угрозе посвящалось лишь 13 (4%). В результате можно утверждать, что в годы Первой мировой войны произошла трансформация образа «врага внешнего» во «внутреннего».

Таким образом, монография П. Баратова и Т. Филипповой развивает актуальное направление современной историографии по исследованию особенностей визуализации врагов России, динамики их образов в годы Первой мировой войны. Ценные наблюдения относительно обратимости отдельных сатирических сюжетов позволяют уточнить развитие общественных настроений, почувствовать эмоциональный климат в стране, рассматривая карикатуру как политическое зеркало, в котором внутренние проблемы преломлялись в негативных образах внешних врагов. Важно, что авторы обращаются не только к сюжетно-се-

мантическому уровню карикатур, но и к языку визуального. Данное исследование вносит заметный вклад в отечественную имагологию — оно подводит под многие общие положения и гипотезы фундамент широкой и репрезентативной группы источников. Вместе с тем излишняя теоретическая «осторожность» авторов показывает необходимость углубления дальнейших методологических изысканий в русле визуальных исследований.

Примечания

¹ Особо показателен в этом плане журнал «Историк и художник» (2004–2008 гг., основатель и главный редактор С.С. Секиринский). См.: *Секиринский С.С.* Об историках, художниках и о нашем журнале // *Историк и художник.* № 1. 2004. С. 4–6; *Янковская Г.* Книжный идеал художника и живописцы позднего сталинизма // Там же. 2005. № 1. С. 124–138; *Смирнова Т.* Советская повседневность, народное творчество и массовая культура 1920–1930-х годов // Там же. № 2. С. 57–73; *Кабанова Е., Ципоркина И.* В поисках понимания: историк и язык изобразительного искусства // Там же. № 3. С. 68–77; *Журавлёв С., Гронов Ю.* Власть моды и советская власть: история противостояния // Там же. 2006. № 1. С. 133–147; *Булдаков В.П.* Где вы, доктор Живаго? Революция и человек в литературе и на экране // Там же. № 3. С. 173–187.

² См.: *История страны / История кино* / Под ред. С.С. Секиринского. М., 2004; *Очевидная история. Проблемы визуальной истории России XX столетия.* Сборник статей. Челябинск, 2008.

³ *Соколов А.Б.* Текст, образ, интерпретация: визуальный поворот в современной западной историографии // *Очевидная история...* С. 10–24.

⁴ *Лидин К.Л., Меерович М.Г.* «Визуальный кадр» как метод анализа элементов визуальной среды обитания (на примере рекламно-пропагандистских плакатов 1920–1950-х гг.) // Там же. С. 25–34.

⁵ *Бойцова О.* Рец. на кн.: *Очевидная история. Проблемы визуальной истории России XX столетия.* Сборник статей. Челябинск, 2008 // *Антропологический форум.* 2009. № 10. С. 365–373.

⁶ *Голиков А.Г., Рыбачёнок И.С.* Смех — дело серьёзное. Россия и мир на рубеже XIX–XX веков в политической карикатуре. М., 2010. С. 5.

⁷ См.: *Rose G.* Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of the Visual Materials. L., 2001.

⁸ См.: *Stearns P.N., Stearns C.Z.* Emotionology: Clarifying the History of Emotions and Emotional Standards // *The American Historical Review.* 1985. Vol. 90. № 4. P. 813–836; *Reddy W.M.* The navigation of feeling: A Framework for the History of Emotions. N.Y., 2001; *Rosenwein B.H.* Emotional Communities in the Early Middle Ages. Ithaca, 2006; *Gross D.M.* The secret history of emotion: From Aristotle's Rhetoric to Modern Brain Science. Chicago, 2006; Российская империя чувств: Подходы к культурной истории эмоций. Сборник статей / Под ред. Я. Плампера, Ш. Шахадат и М. Эли. М., 2010.

⁹ См.: *Голиков А.Г., Рыбачёнок И.С.* Указ. соч.; *Федосюк М.Ю.* Представления о комическом в военное время (на материале карикатур периода Первой мировой войны) // *Политическая лингвистика.* 2011. № 2. С. 54–58. *Цыкалов Д.Е.* Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны // *Вестник Волгоградского университета.* Сер. 4 «История». 2012. № 1(21). С. 85–90.

¹⁰ См.: *Денисов Вл.* Война и лубок. Пг., 1916.

¹¹ *Интернационалисты: Участие трудящихся стран Центральной и Юго-Восточной Европы в борьбе за власть Советов.* М., 1987. С. 33–34.

¹² Подробнее см.: *Riabov O.V.* The Symbol of «Mother Russia» Across Two Epochs: From the First World War to the Civil War // *Cultural History of Russia in the Great War and Revolution. 1914–1922* / Ed. by M. Frame, S. Marks, M. Stockdale, B. Kolonitskii. Bloomington, 2013. P. 73–98.

¹³ *Булдаков В.П., Леонтьева Т.Г.* Война, породившая революцию. М., 2015. С. 113.

¹⁴ *Аксёнов В.Б.* Война и власть в массовом сознании крестьян в 1914–1917 годах: архетипы, слухи, интерпретации // *Российская история.* 2012. № 4. С. 141.

¹⁵ Подробнее см.: *Аксёнов В.* Царь в кривом зеркале. Образы монарха и их народная интерпретация в 1914–1917 гг. // *Родина.* 2014. № 11. С. 31–34.

¹⁶ Лукоморье. 1915. № 26. 27 июня. С. 17.

¹⁷ Взыскующие града. Хроника частной жизни русских религиозных философов в письмах и дневниках. М., 1997. С. 589.

¹⁸ Лукоморье. 1915. № 24. 13 июня. С. 17.

¹⁹ Там же. № 26. 27 июня. Обложка.

²⁰ Подробнее см.: *Аксёнов В.Б.* От Родины-царицы к Родине-бабе: особенности фемининной репрезентации России в годы Первой мировой войны // *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований.* № 4. 2015 (URL: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2015/11/Aksenov.pdf> Дата обращения: 2.05.2016).

²¹ *Цыкалов Д.Е.* Указ. соч. С. 86.

²² Взыскующие града... С. 589.