

«Грязный злой русский». Образ России на немецких открытках Первой мировой войны

Александр Медяков

«Dirty evil Russian».
The image of Russia on the German postcards
of the First World War

Aleksandr Medyakov
(*Lomonosov Moscow State University, Russia*)

DOI

Образ России на Западе, роль и функции её репрезентаций как важнейшего «Другого» при конструировании общеевропейской идентичности не раз привлекали внимание исследователей¹. Существует обширная литература, посвящённая восприятию и изображению России в отдельных странах². Среди множества рассматриваемых при этом сюжетов, относящихся к разным эпохам, заметное место занимает Первая мировая война — время прямого, не только военного, но и пропагандистского, духовного, воображаемого столкновения немцев и русских³.

Исследование истории Первой мировой войны к началу XXI в. сместилось от политико-дипломатической и социальной проблематики к анализу «культуры войны», интегрирующей в себе менталитеты, повседневные практики, а также пропаганду и идеологию, взаимовлияние которых становится предметом изучения⁴. В этом отношении чрезвычайно важным источником является почтовая открытка — яркое свидетельство и отражение обыденной жизни, соединявшее в себе пропагандистское послание и возможность отклика на него, публичное и частное. Всерьёз в поле зрения исследователей открытка попала лишь с середины 1990-х гг.⁵ С тех пор количество посвящённых ей публикаций

© 2018 г. А.С. Медяков

¹ Groh D. Rußland im Blicke Europas. 300 Jahre historische Perspektiven. Neuwied am Main, 1988; Вульф Л. Изобретая Восточную Европу: карта цивилизации в сознании эпохи Просвещения. М., 2003; Нойман И. Использование «другого». Образ Востока в формировании европейских идентичностей. М., 2004. С. 99—156.

² Особо следует отметить многотомный Вуппертальский проект, посвящённый исследованию русско-немецких взаимовосприятий от средневековья до наших дней (URL: <http://www.kopelew-forum.de/das-wuppertaler-projekt.aspx>).

³ См., в частности: Verführungen der Gewalt. Russen und Deutsche im Ersten und Zweiten Weltkrieg / K. Eimermacher, A. Volpert (Hg.). München, 2005.

⁴ Bauerkämper A., Julie E. Einleitung // Durchhalten! Kriegskulturen und Handlungspraktiken im Ersten Weltkrieg / A. Bauerkämper, E. Julie (Hg.) Göttingen, 2010. S. 13.

⁵ Weigel H., Lukan W., Peyfuss M.D. Jeder Schuss ein Russ, jeder Stoss ein Franzos: literarische und graphische Kriegspropaganda in Deutschland und Österreich, 1914—1918. Wien, 1983; Fischer P. Die propagandistische Funktion von Bildpostkarten im Ersten Weltkrieg. Motivanalytischen Überlegungen // Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis. Gießen, 1993; Metken S. «Ich hab' diese Karte im

постоянно растёт. Однако их авторы, за редчайшим исключением, рассматривают открытку исключительно как визуальный источник («картинку»), игнорируя то, что имеют дело со средством коммуникации и товаром массового потребления. Тем самым упускается единственная в своём роде возможность изучения непосредственного отклика потребителя на предложенное ему визуальное послание. С другой стороны, многолетний опыт исследования феномена открытки убеждает в том, что она не может быть в полной мере понята лишь «из неё самой», без учёта множества факторов, касающихся её происхождения (автор, издатель), бытования (распространение, потребление) и, наконец, трактовки. В последнем случае требуется не только иконографический и иконологический анализ изображения, совершаемый с позиций сегодняшнего дня и, соответственно, содержащий неизбежный модернизирующий или телеологический момент, но и умение раскрыть видение сюжетов открыток их современниками. Для этого необходимо исследовать как общий дискурс по тому или иному предмету (в данном случае — суждения о России), так и, по возможности, тот реальный или литературный материал, который лёг в основу изображения на открытке, и, наконец, всевозможные отклики на него — в личных посланиях на самих карточках, в мемуарах, дневниках, прессе и т.п.

Такой подход позволяет выявить содержательные и визуальные особенности образа России, созданного немцами к началу войны, показать их устойчивость или развитие, определить, каковы были основные темы немецких открыток, изображавших Россию и русских, и как менялись их акценты, кто являлся производителем подобной продукции, какую эволюцию претерпели её социальные и пропагандистские функции, как эти картинки воспринимались в обществе и, в частности, немецкими солдатами и какой след они оставили в послевоенной памяти.

Основу тех стереотипных представлений о России и русских, которым была суждена долгая жизнь, заложили ещё немецкие путешественники XVI в., писавшие про «рабский характер», жестокость, испорченность нравов, дикость, деспотизм правителей⁶. В XVIII—XIX вв. Россия всё чаще воспринималась как идеологический противник, угрожающей «свободе» Европы. На ментальной карте европейцев она превратилась из «восточной» державы в «азиатскую»⁷. Практически в каждом тексте о России присутствовали выражения, указывающие на её «азиатский характер» — «орда», «татары», «Азия» и т.д. К тому же в середине XIX в. (особенно после Ольмюца) немецкие националисты считали её главным препятствием для объединения германских государств. В результате,

Schützengraben geschrieben...» // Die letzten Tage der Menschheit: Bilder des Ersten Weltkrieges. Berlin, 1994; *Danielson E.S.* «Patriotic and Profitable»: The World War I Postcards in the Hoover Institution Archives // Postcards in the library: invaluable visual resources. N.Y., 1995; *May O.* Deutsch sein heisst treu sein. Ansichtskarten als Spiegel von Mentalität und Untertanenerziehung in der Wilhelminischen Ära (1888—1918). Hildesheim, 1998; *Hagenow E.* Mit Gott für König, Volk und Vaterland. Die Bildpostkarte als Massen- und Bekennnismedium // Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg. Hamburg, 2000; *Huss M.-M.* Histoires de famille: cartes postales et culture de guerre. P., 2000; *Flemming T.* Grüße aus dem Schützengraben. Feldpostkarten im Ersten Weltkrieg aus der Sammlung Ulf Heinrich. Berlin, 2004; *Brocks Ch.* Die bunte Welt des Krieges. Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg 1914—1918. Essen, 2008; *Jaworski R.* Zur Internationalisierung politischer Bilderwelten im Ersten Weltkrieg — am Beispiel russischer Plakate und Propagandapostkarten // Geschichte in Wissenschaft und Unterricht. 63 (2012).

⁶ *Laquer W.* Deutschland und Russland. Berlin, 1965. S. 30.

⁷ *Leimberg H.* Zur Entstehung des Osteuropabegriffs im 19. Jahrhundert: Vom «Norden» zum «Osten» Europas // Jahrbücher für Geschichte Osteuropas. 33. 1985. № 1; *Klug E.* «Das asiatische Rußland». Über die Entstehung eines europäischen Vorurteils // Historische Zeitschrift. 1987. Bd. 245.

на формирование образа России в общественном мнении Германии определяющее влияние оказывало не русофильство консерваторов⁸, а русофобство либералов и демократов, а позднее и социал-демократов.

Характерно, что на протяжении XIX в. визуализация негативного образа России постоянно усиливалась. При этом немцами использовались прежде всего такие общеевропейские аллегории России, как казак, медведь и типизированный «мужик» с соответствующими атрибутами, например, плёткой или бутылкой водки («вутки»). Кнут на многие десятилетия вперёд стал главной метафорой России и её деспотизма; «русский» в карикатурах нередко именовался «Кнутовски», «Кнутиков».

К началу XX в., когда Россия стали изображать на иллюстрированных открытках, образ «русских» в немецком массовом сознании в целом уже сложился: выдающиеся скулы, а иногда и азиатский разрез глаз являлись способом их «ориентализации», тогда как дикая растительность на лице и голове, неухоженные зубы и неопрятная одежда указывали на «некультурность» и нецивилизованность. С началом Первой мировой войны рынок открыток заметно возрос, причём особенным спросом пользовались карикатуры на врагов. Осенью 1914 г. в прессе даже развернулась кампания против карточек, высмеивавших врагов «недостойным» образом, и во многих землях рейха против них были приняты административные меры. После переговоров с «Союзом охраны интересов открыточной индустрии» Отдел прессы Верховного командования Германии отказался от введения предварительной цензуры, но «открытки, преследующие цель вызвать презрение (*Verächtlichmachung*) к нашим врагам», подлежали конфискации⁹. Однако границы между «достойным» и «вызывающим презрение» изображениями противника оставались весьма зыбкими.

Впрочем, немецкие визуальные репрезентации России в 1914 г. претерпели лишь незначительные изменения — и это лишний раз свидетельствовало о том, что ещё до войны они были чрезвычайно близки к образу врага. «Варварство» русских и их внешнего облика всячески акцентировалось при сравнении не только с немцами, но и с союзниками по Антанте. Так, на одной из карикатур все пленные в немецком лагере пользуются при еде столовыми приборами и только русский не использует имеющиеся у него ложку и вилку, а вылизывает тарелку¹⁰. В сравнении же «русского» с азиатами и африканцами, напротив, подчёркивалось сходство. Например, на одной из открыток стоящие плечом к плечу русский и негр протягивали руки англичанину, французу и бельгийцу, которые те, однако, не спешили пожать (IV/0025). В другом случае «русский» возглавлял поход азиатских и африканских народов, иронически названных «спасителями» европейской культуры (IV/0026). Представление противника «варваром» часто практиковалось и в странах Антанты, но там проводились параллели между дикарями и немцами, которые наделялись такими атрибутами, как томагавк и т.д. Но их физический облик, как правило, был вполне узнаваем. На немецких же карикатурах черты лица «русского» при сохранении в

⁸ См. подробнее: *Jahn P.* Russophilie und Konservatismus. Die russophile Literatur in der deutschen Öffentlichkeit 1831—1852. Stuttgart, 1980.

⁹ *Papier-Zeitung*. 25.3.1915.

¹⁰ *Медяков А.С.* Первая мировая война на почтовых открытках. Кн. IV. Киров, 2014. С. 183. IV/0537 (далее ссылки на открытки, опубликованные в данном четырёхтомном издании, приводятся в тексте статьи: римская цифра обозначает книгу, арабская — номер иллюстрации). Те же идеи содержали и карикатуры в армейских газетах немецкого Восточного фронта, на одной из которых, например, француз отходит от русского мужика, зажав нос. См.: *Zeitung der 10. Armee* 11.8.1916.

целом довоенных изобразительных приёмов всё более приобретали оттенок дегенеративности. А при изображении противников в облике детей, когда существовавшие культурные нормы не допускали чрезмерных искажений лиц, своеобразным признаком «варварства» становились неопрятные волосы (IV/0907). Типичная юмористическая гиперболизация использовалась уже по сути для передачи смыслов, характерных для расистского дискурса¹¹. Это позволяло примитивизировать «русского», перемещая его вниз по лестнице эволюции. Современники отмечали, что на одной из картинок казак имел «лицо и волосы как у доисторического пещерного человека»¹². И если фигура «дикаря» в европейской культурной традиции имела и позитивные коннотации («благородный дикарь»), то в образе «русского» отчётливо ощущалась именно биологическая неполноценность или, как минимум, неравноценность.

Показательно, что аллегорическая фигура, символизовавшая Германию, сражалась на открытках исключительно против Англии и Франции; никогда не воевал против «русских» ни её небесный покровитель архангел Михаил, ни даже Михель — наиболее приземлённая из аллегорий немецкого народа. Иными словами, борьба с русскими не представлялась как дуэль или состязание равных. Типичным противником «русского» являлся обычный пехотинец («фельдграуэр»), который, опять-таки обходясь без каких-либо облагораживающих схватку видов оружия вроде меча или копья, голыми руками расправлялся с врагами.

Между тем в 1914 г. «русская угроза» сыграла ключевую роль в духовной мобилизации немецкого общества на «защиту отечества». Открытки всячески указывали на «виновность» России и Сербии в развязывании войны (IV/0098; IV/0102), в частности, напоминая о Гаагской конференции 1899 г. и иронизируя по поводу лживости инициировавшего её «царя мира»¹³. Во время боёв в Восточной Пруссии в августе 1914 г. газеты были переполнены сообщениями о «русских зверствах»¹⁴, но на карточках они фактически не отразились. Очевидно, издатели ясно осознавали различие между вербальным и визуальным по степени эмоционального воздействия. Изображение жестоких сцен насилия признавалось неприемлемым, и к тому же населению не следовало внушать страх. Если в газетах ещё писали о «русском деспотизме», то рисовали его уже крайне редко. Кнут изображался по-прежнему достаточно часто, но с первого плана его вытеснила бутылка «вутки». На бесчисленных карикатурах русские «захватывали» водку, пили бензин из бака самолета, трубачи прикладывались к бутылке вместо горна и т.д.¹⁵ «Вутка» позволяла наглядно продемонстрировать моральную деградацию врага и тем самым почувствовать своё превосходство. Повсеместное производство подобных открыток и множество вариаций сюжета свидетельствовали о наличии спроса на такого рода образы. Однако в текстах личных посланий упоминания про русское пьянство встречаются чрезвычайно редко.

Уже в августе 1914 г. немецкие газеты подметили связь между открытками и вагонными граффити (теми надписями и рисунками мелом, которыми

¹¹ См.: Schäfer J. Vermessen, gezeichnet, verlacht: Judenbilder in populären Zeitschriften 1918–1933. Frankfurt a/M, 2005. S. 113.

¹² Altonaer Nachrichten. 3.6.1915.

¹³ См. примеры: Медяков А.С. Первая мировая война на почтовых открытках. Кн. IV. С. 303.

¹⁴ Kestler S. Die deutsche Auslandsaufklärung und das Bild der Ententmächte im Spiegel zeitgenössischer Propagandaveröffentlichungen während des Ersten Weltkrieges. Frankfurt a/M, 1994. S. 191–193.

¹⁵ Медяков А.С. Первая мировая война на почтовых открытках. Кн. IV. С. 301.

немецкие солдаты массово украшали свои двигавшиеся на фронт эшелоны)¹⁶. Автор написанной в декабре 1914 г. обстоятельной статьи по народной культуре даже утверждал, что солдатские высказывания и шуточки стали «лейтмотивом в производстве открыток»¹⁷. Издатели, видимо, хорошо понимали, что именно будет пользоваться спросом. При этом одним из основных объектов солдатского остроумия являлась Россия¹⁸. Репертуар перечисленных в прессе высказываний и рисунков целиком совпадал с открыточным: «царь мира» изображался с бутылкой водки, на виселице, в тюрьме, русские «захватывали» водку, «казаки и татары» ориентализировались и попадали в ряд «разноцветных варваров», и т.д.¹⁹ Рождаясь из шуток и переделок пословиц и популярных песен, вагонные надписи и их синхронные отражения, миллионами тиражировавшиеся на почтовых карточках, представляли собой своеобразный срез, произвольный демоскопический замер тех представлений о России и русских, которые существовали в народных массах Германии в начале XX в. Война постоянно дополняла его новыми чертами и гранями, но не способствовала принципиальному переосмыслению.

Колоссальный всплеск популярности русской темы в открытках был связан с победами П. Гинденбурга в Восточной Пруссии. Карикатуристы Германии с особым удовольствием обыгрывали то, что в сентябре 1914 г. сражения развернулись в районе Мазурских озёр. Это обстоятельство часто соединялось с тем же «пьянством»: либо топящий русских немецкий солдат заявлял, что им вместо водки придётся пить воду, либо утопающие старались спасти не себя, а бутылку (IV/0900).

Тут особенно хорошо видна относительность границы между порицаемыми и допустимыми изображениями врагов, в том числе и в отзывах современников. Так, автор статьи в специализированном немецком издании критиковал «безвкусные открытки», противопоставляя им рисунки берлинских карикатуристов Леонардо, Трира и других, «когда со смешной игрой слов, когда с немного грубоватым юмором прохаживаются они по адресу наших дорогих врагов»²⁰. В действительности же, будучи технически более совершенными, содержательно их произведения мало чем отличались от остальных. Например, в юмористическом журнале «Lustige Blätter» Трир «со смешной игрой слов» соединял утопающего после битвы при Танненберге «русского» с пьянством: вместо слова «*versunkene*» (утопающий) использовалось выражение «*versoffene*» (от *sich besaufen* — напиваться)²¹. Леонардо обращался к теме русской «нечистоты», демонстрируя «первое купание» загнанного в Мазурские озёра «русского»²². На другой карикатуре с бегущего в сторону озёр казака градом сыпались вши²³. Представление о «грязных русских» выражалось различными способами (в частности, на одной из карточек солдат не мог использовать нательную ру-

¹⁶ См., в частности, выпуски «Berliner Tageblatt» за 6, 7, 8, 12 и 29 августа 1914 г. См. также: Ahnert K. Fröhliche Heerfahrt! 600 lustige Aufschriften an Eisenbahnwagen. Nürnberg. 1917.

¹⁷ Spamer A. Der Krieg, unser Archiv und unsere Freunde. Ein Aufruf des Volkskundearchivs des Bayerischen Vereins für Volkskuns und Volkskunde in München // Bayerische Hefte für Volkskunde. Bd. 2. H. 1. München, 1915. S. 5—9, 28.

¹⁸ Hamburger Nachrichten. 13.8.1914.

¹⁹ Ibidem; Berliner Tageblatt. 8.8.1914; Berliner Volkszeitung. 11.8.1914; Hamburger Nachrichten. 15.8.1914; Altonaer Nachrichten. 29.8.1914; Ahnert K. Op. cit. S. 32—37.

²⁰ Bloch W. Kriegsgraphik // Das Plakat. 1914. 5. Jg. H. 6. S. 247.

²¹ Коллекция автора.

²² Коллекция автора.

²³ Коллекция автора.

баху в качестве белого флага, поскольку после трёх месяцев носки она стала «защитного цвета»²⁴, однако именно вши постепенно превратились в излюбленную метафору, позволявшую дискредитировать государство, армию и народ России, а также её союзников.

Образ паразита использовался, в частности, для того, чтобы показать связь между Россией и Сербией, которая особенно часто и грубо диффамировалась немецкими карикатуристами, сделавшими вошь едва ли не постоянным атрибутом серба²⁵. Так, на одном из рисунков русский медведь, глядя на устремившегося к нему завшивленного серба, сетовал на то, что «подсадил себе на мех вошь»²⁶. Нередко двусмысленное звучание придавалось царскому имени (Nikolaus)²⁷. «Более грубую сторону натуралистического комизма выражают те открытки, — писал обозревавший их современник, — которые словом и рисунком затрагивают “царя мира” и используют последний слог имени Николай для более или менее удачных намёков на сербско-русское побратимство. “Батюшку” по большей части ставят в неприятное сочетание с насекомым, которого на Западе опасаются, но который у сербов и их русских покровителей приобрёл права домашнего животного, и немецкие и австрийские солдаты прилежно стараются помочь несчастному царю в охоте на вошь, которую ему коварно подсадили в мех»²⁸. Речь шла об одной из самых известных карикатур такого рода, на которой солдаты центральных держав готовились проткнуть штыками Сербию-вошь, расположившуюся на мантии бегущего от них Николая II (IV/0897). В других случаях они выбивали пыль из завшивленной мантии царя (на медвежьем меху), встречали «перебежчиков» — «нико-вшей», и т.д. О популярности данного сюжета свидетельствовало уже само изобилие его вариаций²⁹.

Вши «украшали» на карточках и русских солдат. Типичен сюжет, на котором они «берут пленных» вшей у себя на теле. Весьма характерно меняется нарицательное имя: «Кнутиков» становится «Лаузиковым». Именно этот персонаж появляется в постановках мюнхенского театра кукол³⁰, «берёт свыше 1 000 пленных» вшей в открытках (IV/0891) и в издававшихся 100-тысячными тиражами «сатирически-юмористических военных корреспонденциях»³¹.

При этом противопоставление немцев и русских как носителей чистоты и грязи³² допускало различные трактовки. Поскольку «грязь может пачкать»,

²⁴ Коллекция автора. В тексте личного послания говорится о пленении 4 тыс. русских.

²⁵ См., в частности: *Simplicissimus*. 1908. № 32. Об ориенталистской перспективе и расистских коннотациях в изображении балканских стран немецкими карикатуристами см.: *Ristović M.D. Schwarzer Peter und die Räuber vom Balkan. Themen über den Balkan und Serbien in satirischen Zeitschriften 1903—1918*. Wien, 2015.

²⁶ Коллекция автора. Идиома «создать проблемы, от которых не избавиться» (*Kemper H. Die tierischen Schädlinge im Sprachgebrauch*. Berlin, 1959. S. 55—56).

²⁷ «Die Laus» — вошь. Эту незамысловатую солдатскую шутку издатели открыток подхватили с вагонных надписей (*Ahnert K. Op. cit. S. 36; Spamer A. Op. cit. S. 7*).

²⁸ *Kriegsansichtskarten // Berliner Tageblatt*. 21.8.1914.

²⁹ На одной из таких открыток отправитель писал: «Дорогие Марта и Отто, этого Нико-вошь я купил в Майнце и посылаю вам. Просто очень хотелось бы, чтобы этот мех разочек хорошенько выколотили бы» (*Медяков А.С. Первая мировая война на почтовых открытках*. Кн. IV. С. 299).

³⁰ *Neue Hamburger Nachrichten*. 1.5.1916.

³¹ *Berliner Volkszeitung*. 26.6.1915.

³² Здесь вновь следует указать на относительность подразделения карикатур на критикуемые «недостойные» и приемлемые. Так, современник, порицая «безвкусовые» открытки первых недель войны, находил фигуру «Лаузикоффа» в исполнении известного графика Э. Преториуса вполне удачной (*Jost H.I. München // Das Plakat*. 1915. 6. Jg. H. 1. S. 23).



а вшей легко «подхватить», немецкие карикатуристы призывали сторониться России³³. На одной из открыток начала войны вши перепрыгивают с «русского» на стоящих рядом «англичанина» и «француза» (IV/0889). Грязь и вши являются здесь указанием на «варварство», в то время как «чистота» соответствует «культуре». Связавшись с Россией, Англия и Франция, по сути, стали предателями европейской культуры — та мысль, которая отчётливее всего прозвучала в знаменитом воззвании немецких интеллектуалов от 4 октября 1914 г. «К культурному миру!»³⁴. Вместе с тем из антитезы чистоты (культуры) и грязи (варварства) следовали и иные выводы, вплоть до самого радикального: «от грязи следует избавляться». Яснее всего это проявилось во время немецкой оккупации западных регионов Российской империи, в 1915—1918 гг., когда миллионы немецких солдат впервые реально столкнулись с «Востоком», о котором ранее имели весьма смутные представления. Из сочетания исходных ожиданий и реально пережитого рождался новый опыт, отражавшийся, оформлявшийся и распространявшийся на открытках.

Грязь привычно считалась атрибутом «Востока» в самом широком смысле и Восточной Европы в частности. Подобное представление укоренилось ещё в XVIII в.³⁵ Более того, нередко заявлялось, что нечистота — «наследственное качество славянских наций и связана с ними неразделимо»³⁶. Подобные стереотипы, давно бытовавшие в Германии, во многом объяснялись представлениями о «польском хозяйстве» (*polnische Wirtschaft*), а само прилагательное «польский» некоторые немецкие словари относили к группам «грязь» и «беспорядок»³⁷.

³³ Так, на ещё довоенной карикатуре в социал-демократическом сатирическом журнале французская Марианна подхватывает вшей после любовного свидания с царём (Der Wahre Jakob. 22.3.1913).

³⁴ Der Aufruf «An die Kulturwelt!». Stuttgart, 1996. S. 157—158.

³⁵ См.: Вульф Л. Изобретая Восточную Европу...

³⁶ Savend F. Federzeichnungen aus Rußland // Grenzboten. 1872. № 2. S. 103. Цит. по: Lammich M. Das deutsche Osteuropabild in der Zeit der Reichsgründung. Boppard am Rhein, 1978. S. 39.

³⁷ Orłowski H. «Polnische Wirtschaft». Zum deutschen Polendiskurs der Neuzeit. Wiesbaden, 1996. S. 133—134, 172.

Не случайно и собирательный тип местного жителя оккупированных территорий именовался на польский манер. «Фигура известная, — писал о «панье» в 1916 г. корреспондент социал-демократической газеты. — В грязной овчине ступает он по множеству писем и корреспонденций с войны, неопрятный и тупой; его черноватая изба, в которой он обитает со свиньями, курами и с чадами и домочадцами (и со всем, что ползает и кусает), уже много раз показывалась благодарной публике»³⁸. Действительно, «панье» и их быт бесчисленное количество раз упоминались в текстах, близких «простому солдату» — в публикациях фронтовых газет, в письмах и открытках. При этом неизменно выражалось чувство немецкого национального превосходства со всеми возможными градациями от иронии до расизма³⁹. «Не люди здесь живут в стране, / а панье, как известно всем», — утверждалось в стихотворении, опубликованном в армейской газете. Его автор не сомневался, что «панье» лишь внешне похож на человека: на его голове вши, в доме — свиньи и блохи, и он бесконечно размножается, хотя женщина-панье тоже не похожа на женщину⁴⁰. Чаще всего «панье» изображался с семьёй (как правило, занятой поиском вшей) в собственном жилище, непременными признаками которого являлись убогий двор, живущие с людьми домашние животные, в том числе куры и свиньи, а также крысы. Между тем на редких фотографиях с подобным сюжетом крестьянские семьи запечатлены в чрезвычайно скромной обстановке, но без скотины и поиска вшей. Через огромные неустроенные пространства «страны панье» тянулись непроходимые от грязи дороги, становившиеся предметом шуток и анекдотов в армейских газетах⁴¹.

Два-три миллиона солдат, находившихся на Восточном фронте, предъявляли огромный спрос на открытки с «русскими типами». По свидетельству профессиональной газеты производителей бумажной продукции, летом 1915 г. с каждым днём росло число солдат, из фотографий которых делались открытки, пользовавшиеся популярностью у их товарищей⁴². Любопытно, что отправитель фотооткрытки «Два русских крестьянина у Слонима»⁴³ сообщал, что эти люди с их повозками были использованы его подразделением — очевидно, снимок двух крестьян в рваных одеждах издательству предоставил один из солдат. Судя по рекламным объявлениям, издательства продолжали торговать такими карточками вплоть до 1918 г., когда из-за усталости общества прочая военная тематика почти исчезла⁴⁴. Ф. Прайсс, впоследствии известный автор кабинетной «бронзы» в стиле ар деко, осознав спрос на «панье», сделал его главным героем своих рисунков, изображая молодым и старым, в кругу семьи, за поиском вшей, перед домом-развалюхой и т.д. Вместе с женой он печатал их в Берлине в виде открыток, которые затем продавались на Восточном фронте⁴⁵.

³⁸ *Erbacher O.* Im Panje-Land // *Unterhaltungsblatt des Vorwärts*. 12.3.1916.

³⁹ *Im Panje-Lausoleum // Zeitung der 10. Armee*. 1.2.1916; *Panje. Plauderei von Feldwebel Gustav Hirsch // Ibid.* 7.4.1916.

⁴⁰ *Hauptmann Rudolf Hering.* Das Panjehaus // 178. *Liebesgabe zur Armee-Zeitung*. 28.1.1917.

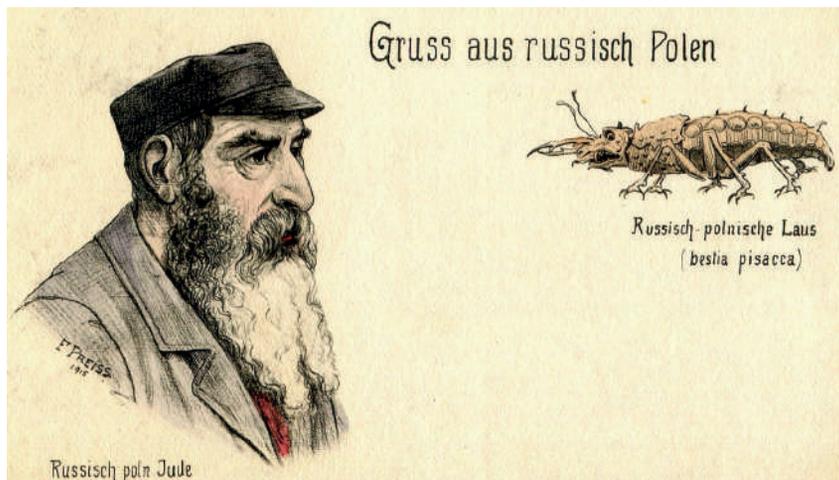
⁴¹ Например, рассказывали о том, как, потеряв каску в дорожной грязи, солдат пытался найти её с помощью палки и раскопал голову человека, который сообщил ему, что сидит на лошади (*Der tiefe, tiefe Dreck // Zeitung der 10. Armee*. 11.4.1916).

⁴² *Papier-Zeitung*. № 56. 15.7.1915. S. 1121.

⁴³ Коллекция автора.

⁴⁴ См., например, рекламу «Berliner Verlags-Institut» за 1917—1918 гг. в журнале «*Fliegende Blätter*».

⁴⁵ *Shayo A.* Ferdinand Preiss. *Art Deco Sculptor. The Fire and the Flame*. Woodbridge, 2005. P. 23.



Но все эти изображения ещё требовалось «русифицировать», поскольку в действительности, оккупируя прибалтийские и польские земли, немцы практически не сталкивались с русским крестьянством, и тот же «панье», когда на страницах фронтовых газетах звучала его «прямая речь», практически всегда говорил по-польски. Впрочем, ощущение превосходства позволяло немцам не вникать в особенности национального состава местного населения. Известный немецкий поэт Р. Демель, тогда служивший в цензуре на Восточном фронте, писал: «Вообще я толком не различаю здешние расы, всё выглядит как сброд: евреи как русские, русские как поляки, поляки как латыши и наоборот»⁴⁶. Примером такого негативно-интегрирующего подхода может служить рисунок Прайсса с надписью «Привет из русской Польши»: на нём соседствовали «русско-польский еврей» и огромная, выполненная с детальностью энтомологического атласа «русско-польская вошь»⁴⁷.

При этом фотографии и рисунки, демонстрировавшие «польское хозяйство», нередко не имели привязки к конкретной национальности или государству (Ш/0181, Ш/0182). Трое членов семьи, ищущие друг у друга вшей на открытке «Утро в Галиции»⁴⁸, являлись австрийскими подданными, т.е. союзниками Германии. И всё же во многих открытках заметна тенденция объявлять изображённое «русским».

Из всего ряда карточек, посвящённых быту оккупированных территорий, следует особо выделить открытку «Русская культура», допущенную в обращение Варшавским отделом прессы 15 октября 1915 г. Многолетний филокартистский опыт даёт основание предположить, что это наиболее распространённая открыточная карикатура с русским сюжетом времён Первой мировой войны. На это указывают и ситуация на сегодняшнем рынке, и обилие вариаций данной открытки, и наличие явных отсылок к ней в других произведениях, и тот резонанс, который она имела в годы войны. Как и в случае с вагонными надписями, её успеху и массовому распространению предшествовала широкая известность воспроизведённого на ней текста. Начиная с февраля 1915 г. немец-

⁴⁶ Dehmel R. Zwischen Volk und Menschheit. Kriegstagebuch. Berlin, 1919. S. 451.

⁴⁷ Коллекция автора.

⁴⁸ Коллекция автора.



кие, а затем и австрийские газеты самого разного спектра — от католических и консервативных до социал-демократических — стали перепечатывать стихок, взятый, как утверждалось, из присланной с Восточного фронта открытки: «Здесь ищет вшей отец, здесь ищет вшей ребёнок, / Здесь ищет вшей хозяин, здесь ищет вшей прислуга. / Я как квартирант сижу посредине, / Сначала смотрю на это, потом начинаю искаться тоже»⁴⁹. Стишок перепечатала также едва ли не каждая армейская газета⁵⁰. О его популярности свидетельствуют личные отклики, в том числе традиционно менее политизированных женщин, вырезавших эти строчки для альбома⁵¹ или комментировавших их в дневнике⁵². В дальнейшем про это стихотворение вспоминали при описании ситуации на востоке⁵³. «“Бог мой! Да тут всё выглядит как в русской Польше!” — как часто в своей жизни мы это слышали и сами говорили в ужасе», — писал автор одной из армейских газет о внутреннем убранстве домов, ссылаясь на тот же стихок⁵⁴. Действительно, первоначально в подавляющем большинстве перепечаток стихотворение носило название «Домашнее житьё в русской Польше» или просто «Польша»⁵⁵. Показательно, что после его публикации в

⁴⁹ Badische Presse. 23.2.1915; Altonaer Nachrichten. 24.2.1915; Badische Landes-Zeitung. 24.2.1915; Der Volksfreund. 6.3.1915; Neue Hamburger Zeitung. 26.4.1915; Reichspost. 23.3.1915; Österreichische Volks-Zeitung. 24.3.1915; Arbeiter-Zeitung. Zentralorgan der deutschen Sozialdemokratie in Österreich. 26.6.1915.

⁵⁰ Feld-Zeitung. Deutsche Kriegszeitung in Polen. 1.3.1915; Gubener Kriegszeitung 5.3.1916; Kriegszeitung der 7. Armee. 6.3.1915; Garde-Feld-Post. 22.5.1915.

⁵¹ Maria von Stutterheim dokumentiert den Krieg (URL: <https://transcribathon.com/en/documents/id-12746/item-160820>).

⁵² Auszug aus der Barbara Hammerer Chronik betreffend den Ersten Weltkrieg (URL: http://www.regiobreggenzerwald.at/fileadmin/_migrated/news_import/Barbara_Hammerer_Chronik_1915.pdf).

⁵³ Neue Hamburger Zeitung. 26.4.1915.

⁵⁴ Deutsche Soldaten-Zeitung. 7.7.1915

⁵⁵ Garde-Feld-Post. 22.5.1915.

Австро-Венгрии задетой себя почувствовала именно польская популярная газета «Ежедневный иллюстрированный курьер»⁵⁶. При первой попытке визуализации данного текста на открытке в апреле 1915 г. художник-любитель связал его с конкретным местом — «Сосновице, русская Польша» (IV/0881). В общей сложности известно восемь открыток с такими словами (с некоторыми вариациями)⁵⁷.

Между тем на открытке «Русская культура», издававшейся как пропагандистскими органами непосредственно на Восточном фронте, так и некоторыми саксонскими издательствами, распространённый сюжет «дома панье» получил совершенно иное толкование. Иссиня-чёрные волосы и монголоидные лица персонажей не оставляли сомнений в том, что на ней изображены именно «русские». В немецкой традиции из восточноевропейских народов только они отождествлялись с «монголами». Помимо прочего, это увеличивало пропагандистский эффект открытки, поощряя антирусские настроения польского населения, что полностью соответствовало установкам германских властей, заигрывавших с «угнетёнными» поляками⁵⁸. Показательно, что, в отличие от прочих карточек с вшивыми «панье», эта предназначалась и для местной почтовой переписки, о чем говорит двуязычное оформление оборотной стороны («Postkarte — pocztowka»).

Иронически именуя изображённое «культурой», автор рисунка не случайно представляет «русских» как монголов, которые считались воплощением варварства *par excellence*. Грязь, показанная через метафору — вшей, завершает образ своего рода «антикультуры», противопоставляемой немецкой чистоте.

Проблема чистоты приобрела в годы войны особую остроту, поскольку полностью избавиться от грязи на фронте оказалось невозможно, и это болезненно воспринималось немцами, охотно проецировавшими трудности на своих противников, причём не только на русских. Так, в статье «Чистота и культура», опубликованной в одной из известных немецких фронтовых газет, утверждалось, что «мы как целый народ ощущаем сильную потребность в чистоте, более сильную, чем у наших соседей», так как у англичан более менее чист только верхний слой, а французов и вовсе называют «грязной нацией»⁵⁹. Ещё более «грязными» и «некультурными» признавались славяне. Автор другой фронтовой газеты, фиксируя различия в степени ухоженности между оккупированными польскими и прибалтийскими территориями, решительно заявлял: «Чем меньше влияния славянского элемента, тем больше культуры»⁶⁰.

Таким образом, культура определялась через чистоту, которая, как показала в своей классической работе М. Дуглас, была неразрывно связана с идеей порядка: грязь — это «то, что не на своём месте», «побочный продукт выстраивания порядка»⁶¹. И если, например, для французского пехотинца-«пуалю» грязь являлась прежде всего символом готовности переносить лишения, почти культом⁶², то немцы видели в ней покушение на порядок как общепринятую

⁵⁶ *Ilustrowany kuryer codzienny*. 31.3.1915.

⁵⁷ Семь из них опубликованы: *Медяков А.С.* Первая мировая война на почтовых открытках. Кн. IV. С. 392—395.

⁵⁸ *Kestler S.* Op. cit. S. 210—212.

⁵⁹ *Reinigkeit und Kultur // Liller Kriegszeitung*. 4.4.1916.

⁶⁰ *Zwei Kulturen // Zeitung der 10. Armee*. 3.2.1916.

⁶¹ *Дуглас М.* Чистота и опасность. Анализ представлений об осквернении и табу. М., 2000. С. 236.

⁶² *Huss M.-M.* Op. cit. P. 118.

национальную ценность — и тем важнее им было оттенить собственную чистоту грязью других.

«Русские» и «панье» на немецких открытках «пачкались» не только вшами. Практически на каждой карточке, изображавшей славянскую семью, непременно присутствовала свинья. «Русские» не только не испытывали неудобства от такого соседства, но даже ощущали некоторую близость к этим животным, подобную той, которая возникает между человеком и собакой. На одной из открыток свинья совершенно по-собачьи положила голову на колени главе семьи, ласкавшему её как собаку (IV/0885). Немецкий художник как бы указывал: для русского свинья то же, что для немца собака. На другой открытке, пущенной в оборот Варшавским отделом прессы в мае 1916 г. и также озаглавленной «Русская культура», на первом плане были показаны экскременты, а русский ребенок ел с поросёнком из одной миски (IV/0882)⁶³.

Увязывание «русской культуры» с грязью и убогими бытовыми условиями прослеживалось как в газетах (и особенно — во фронтовых)⁶⁴, так и в открытках. Причём если первоначально речь шла преимущественно о рисунках художников-любителей, то затем к ним присоединились профессиональные иллюстраторы, например А. Тиле, низводивший само понятие «русская культура», и без того чаще употреблявшееся лишь в кавычках, до ещё более уничижительного «Ру Ку» (IV/0883, IV/0884, IV/0887). Так называлась созданная им серия открыток; три из них включали стихотворные тексты, начинавшиеся словами «от культуры — ни следа», после чего говорилось о вшах, крысах и непролазной дорожной грязи.

Не менее важны и отклики на эти открытки в солдатской среде. Приходится констатировать, что именно изображения чужой семьи комментировались отправителями карточек чаще, чем другие «русские» сюжеты. Как правило, при этом изображение сравнивалось с реально увиденным, а «русская» семья — с немецкой. «Картинка показывает, как всё выглядит в русской крестьянской комнате, — отмечалось на одной из открыток Прайсса. — Очень смешно, как дети сидят на печи, а панье на семейной кровати». На снимке «Русский крестьянский двор» приписано: «Шлю тебе вид одного русского крестьянского двора, точно так, как на открытке это в действительности, и житьё-бытьё тоже как на открытке»⁶⁵.

Но больше всего комментариев вызывала именно «Русская культура»: на 12 из 36 изученных карточек имеются отсылки к её сюжету. Абсолютное большинство отправителей заявляли о полном соответствии картинки и реальности: «Здесь вид, как примерно всё выглядит в доме панье, и всё остальное вы уже можете додумать». «То, что на открытке, так это выглядит у нас на самом деле», — сообщалось в другом случае. Третья была послана «с наилучшими приветами из вшивой России и картинкой о здешних обстоятельствах, как это

⁶³ Эта открытка была также предназначена в том числе и для местного почтового обращения. На других карточках «русские» полностью уподоблялись свиньям. И если прочие противники Германии олицетворялись антропоморфными символическими фигурами, то Россия представляла в виде свиньи с надписью над ней «чистота» (IV/0899).

⁶⁴ См., например: *Allerlei aus dem Osten // Norddeutsche Allgemeine*. 1.11.1914. «Мы оставили позади последние дома панье, последние следы русской “культуры” и теперь целиком между своими». 100. *Liebesgabe zur Armeez-Zeitung*. 19.8.1916.

⁶⁵ Коллекция автора.

есть на самом деле». Ещё один участник войны признавал: «Вид в общем точный, приблизительно так это и выглядит. Но к этому привыкаешь»⁶⁶.

Однако насколько репрезентативны такие высказывания, почему солдаты выбирали открытки именно с этим сюжетом и о чём свидетельствовало одобрение подобных картинок? Конечно, выявление каких-то жёстких критериев репрезентативности открыток не представляется возможным, поскольку речь идёт по меньшей мере о сотнях тысяч карточек с подобным содержанием, из которых до наших дней дошло неизвестное множество. Тем не менее сама распространённость сюжета открыток говорит о его популярности среди солдат. Даже если они не комментировали картинку, то нередко приписывали фразы: «Привет тебе отсюда», «из России» и т.п. Вместе с тем не встречается ни одного примера отторжения, существенной критики.

Выбор открытки, вероятно, объяснялся прежде всего желанием поделиться новым опытом, наглядно продемонстрировать обстоятельства жизни в чужой стране и собственное положение. «На этой открытке ты можешь видеть, как всё выглядит в России, что здесь за дома, целиком из дерева и соломы, и как выглядят здесь дороги», — писал отправитель на карточке из серии «Ру Ку». Нередко главное внимание обращалось на положение солдат: один из них просил прощения за «такую открытку», но напоминал — «так приходится почти всем товарищам на Востоке», другой желал, чтобы дома «имели представление о том, как приходится бороться со вшами в бедной России». Возможно, как и позднее, в годы Второй мировой войны, воевавшие писали о грязи и вшах, чтобы пожаловаться на тяготы, не опасаясь обвинений в распространении пораженческих настроений⁶⁷. Примером такой скрытой жалобы может служить послание: «Дорогая сестра! Рассмотрю картинку на обороте и подумай обо мне»⁶⁸.

В основном отправители стремились передать именно бытовые обстоятельства, свои и чужие. Связь изображённого с «русской культурой» отмечалась гораздо реже, обычно в форме простого повторения названия открытки: «Это русская культура как она есть, в такой избе я уже тоже спал». Солдаты подтверждали правдивость предложенного им изображения, поскольку оно соответствовало их опыту. Они действительно сталкивались с убогими жилищами, крысами и вшами, а заметив знакомые черты, готовы были признать верным и весь обобщённый образ, созданный на рисунке. Попытки дифференцировать увиденное встречались крайне редко. Таким исключением является характеристика одним из солдат открыток серии «Ру Ку», привезённых в его часть, где «они были расхватаны и вызвали необузданное веселье». Он сообщал домой: «3 похожие последуют. Настолько плохо всё у наших панье не выглядит. Я не думаю, чтобы у них были вши, нет в их комнатах и никаких свиней, но кур там я уже видел, и товарищи утверждают, что в других жилищах панье не редкость поросята. Во всяком случае, пахнет у них отвратительно»⁶⁹.

Следует учитывать, что издательские надписи на открытках носили не денотативный (описывающий то, что изображено), а сигнификативный (указывающий, как именно следует понимать изображение) характер⁷⁰. Солдаты виде-

⁶⁶ Коллекция автора.

⁶⁷ См.: Kipp M. Großbreinemachen im Osten. Feindbilder in deutschen Feldpostbriefen im Zweiten Weltkrieg. Frankfurt a/M, 2014. S. 70.

⁶⁸ Коллекция автора.

⁶⁹ Коллекция автора.

⁷⁰ Preisendanz W. Verordnete Wahrnehmung. Zum Verhältnis von Foto und Begleittext // Sprache im technischen Zeitalter. 1971. № 37. S. 1—8.

ли грязь и вшей — им же объясняли, что в этом и состоит «русская культура». Нечто подобное происходило и с визуальными трактовками: едва ли на оккупированных германскими войсками территориях основную массу населения составляли монголоиды, однако, сосредоточившись на узнаваемых элементах быта и подтверждая их, солдаты в своих комментариях фактически принимали (не замечали и не отрицали) и эту черту, которую не могли наблюдать лично.

Адресатами открыток являлись самые разные люди — родственники и знакомые, мужчины и женщины. Если сами солдаты воспринимали данные рисунки некритично и одобрительно, то в Германии они должны были обретать значение непреложного свидетельства, подтверждённого очевидцем. К тому же они вызывали «безудержное веселье», что придавало им дополнительную привлекательность в глазах как отправителей, так и получателей. Желание «повеселить», «развлечь», судя по солдатским посланиям, также становилось одним из мотивов выбора именно таких открыток.

Какие функции выполняло подобное изображение «русской культуры» и какие практические выводы могли быть сделаны на их основании? Как известно, противопоставление «Чужому» позволяет лучше осознать собственную идентичность, а иногда и превосходство. Фиксирование бытовых различий нередко приводило к самым широким обобщениям. Так, при простом взгляде на славянскую избу, по утверждению одного из авторов фронтовой газеты, «радостно заявляет о себе гордое сознание — быть немцем, которому на его дорогой родине... неведомы подобные низины культуры жилья, и потому рождается убеждение: Германия, Германия превыше всего, всего на свете!»⁷¹. Когда речь шла о людях, чувство превосходства выражалось ещё резче. Так, в стихотворении «Русская культура», напечатанном в армейской газете, главный герой — классический «пань», который считается «человеком в русской Польше» — «в рванье, лохмотьях и прожорлив, загажен, в блохах, вшах, клопах», со множеством детей живущий среди свиней и других домашних животных, — отказывался продать молоко и яйца, уверяя: «Пан, нимае». Но стоило фельдграуэру его обругать и поколотить, как тут же всё появилось⁷².

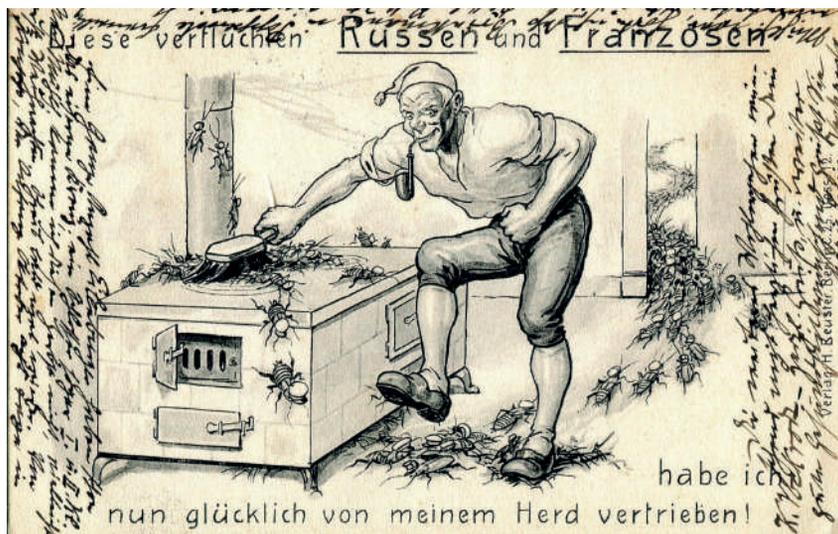
Эта зарисовка как нельзя лучше отражала различия в подходах немцев к жителям оккупированных территорий. В газетах Западного фронта практически невозможно встретить откровенно уничижительные описания гражданского населения и тем более подобные сцены грабежа и насилия. На востоке же это воспринималось и публично декларировалось как норма. А сопутствующий «гигиенический дискурс» и увязывание «русских» с насекомыми и паразитами по сути использовались для оправдания расизма и колониализма⁷³.

О той же принципиальной разнице между Западом и Востоком свидетельствовали и открытки. Мало где этот контраст проявился сильнее, чем в произведениях того же Тиле, нарисовавшего большую серию идиллических картин, на которых немецкие солдаты помогали по хозяйству жителям оккупированных территорий Франции и Бельгии, кормили их детей и т.д. В названии этой серии использовался тот же приём инверсии, что и в «Русской культуре» — «Мы варвары». Показательно, что аналогичные сценки изготовлялись и при-

⁷¹ Holzfressende Stubenöfen in Rußland // Scheinwerfer. Bildbeilage zur Zeitung der 10. Armee. 30.6.1916. Иллюстрация Ф. Прайсса.

⁷² *Freiwilliger Conny Brose*. Russische Kultur // Liebesgabe zur Armee-Zeitung 24.6.1916.

⁷³ *Nelson R.L.* «Unsere Frage ist der Osten». Representations of the Occupied East in German Soldier Newspapers, 1914—1918 // Zeitschrift für Ostmitteleuropaforschung. 2002. Jg. 51. H. 4.



менительно к Восточному фронту, но там они носили единичный характер⁷⁴. Такой образ «Востока», очевидно, не продавался.

Различные символы России и русских, помимо прочего, предполагали и разный потенциал применения насилия: медведь, казак, царь практически всегда изображались избитыми, но не убитыми, паразитов же и насекомых следовало «изничтожать». И тут наряду со вшами определённым успехом пользовался образ таракана. К этому подталкивало и то, что в ряде регионов Германии рыжих тараканов называли «русские» (также как в России их именовали «пруссакми») ⁷⁵. К тому же с данным «вредителем» традиционно связывались такие качества, как «плодовитость», «неприхотливость», «нашествие», «масса», «грязь» ⁷⁶. Юмористическая игра с омонимом «русские» на деле была далеко не безобидна, поскольку семантически отождествляла людей и насекомых — речь могла идти, например, о «ночной охоте на дву- и многоногих русских» ⁷⁷. Визуализация же представляла методы этой борьбы ещё более радикально. Она позволила немецким карикатуристам вывести против «русских» Немецкого Михеля — крестьянина и домоседа, который не сражается с ними, а занимается их «всеобщим истреблением» (IV/1323, IV/1324). Благодаря всё тому же омониму само слово «истребление» (*Vertilgung*), ранее применявшееся лишь к крысам, паразитам и т.д., стало использоваться по отношению к противнику. Уже на первых воинских эшелонах появилось четверостишие (немедленно перекочевавшее в открытки) ⁷⁸, в котором говорилось, будто в Россию немецкие солдаты «идут, чтобы культивировать и дезинфицировать» ⁷⁹.

На открытках германские солдаты нередко мыли или посыпали порошком против насекомых «русского» медведя или царя, ташили в баню упирающе-

⁷⁴ Медяков А.С. Первая мировая война на почтовых открытках. Кн. III. Киров, 2014. С. 321.

⁷⁵ См.: Kemper H. Op. cit. S. 196.

⁷⁶ О культурной символике таракана см.: Елустратов В.С. Новый таракан // Нева. 2006. № 12.

⁷⁷ Lustiges aus dem Schützengraben // Knorr-Feldpost. 1915. № 7. S. 27.

⁷⁸ Ahnert K. Op. cit. S. 34; Медяков А.С. Первая мировая война на почтовых открытках. Т. IV. С. 300. IV/0898.

⁷⁹ Berliner Volkszeitung. 11.8.1914.

гося мужика и т.д. В газетах звучали требования «пройтись железной метлой» по «этим грязным городам и деревням, грязным жилищам панье и евреев, и особенно по застарелой грязи мужчин, женщин и детей Русской Польши»⁸⁰. Принесённые немцами изменения трактовались как «переход от нечистоты к чистоте»⁸¹. Однако эта гигиенически-культурная миссия была отнюдь не бескорыстна: чистоту следовало не только принести, но и сохранять. Заканчивая свои заметки о путешествии на Восточный фронт, известный немецкий журналист Ф. Хартманн настаивал на том, чтобы Германия, изгнав русскую армию («отступающую Азию») и посеяв зёрна культуры, не удалась, как Геракл из Авгиевых конюшен, но оставила на очищенной земле новое «поколение колонистов и завоевателей». «Нет, — призывал он, — то, что мы делаем, должно быть сделано для нас»⁸². В отличие от публицистики и газет, открытки не содержали прямых призывов к оккупации и аннексиям, однако вносили свой вклад в их оправдание. В них создавался тот же пропагандистский образ «Востока» как «земли без хозяина», пустого места, которое нужно заполнить⁸³.

Недавно М. Кипп показала, что преступления вермахта в годы Второй мировой войны были связаны не только с нацистской идеологией, но и с более привычным дискурсом чистоты⁸⁴. Тем самым прослеживается известная преемственность немецких представлений о «грязном Востоке» в XX в. Попытки изображения русских как нелюдей, животных, паразитов иногда прослеживаются вплоть до Семилетней войны⁸⁵. Однако для восприятия «пространства на востоке» особое значение имел опыт 1914—1918 гг., когда происходило создание немецкого империалистического «воображаемого пейзажа Востока» и закреплялся образ русского врага⁸⁶.

Те, кто отрицает прямой континуитет между действиями Германии на оккупированных территориях Российской империи и СССР, справедливо отмечают существенные различия, например, фактор большевизма⁸⁷ или расовый антисемитизм нацистов, далёких от «лирики о цивилизационной миссии»⁸⁸, но вместе с тем явно преуменьшают степень радикализма презрительных отзывов 1914—1918 гг. В частности, утверждается, будто высказывания о грязи относились по большей части не к людям, а к домам и предметам⁸⁹, а чувство превосходства по отношению к славянам лишь в 1940-е гг. достигло степени презрения к человеку⁹⁰.

⁸⁰ Ibid. 27.6.1916.

⁸¹ Vom nordöstlichen Kriegsschauplatz // Vorwärts. 8.8.1915.

⁸² Hartmann F. Ob-Ost friedliche Kriegsfahrt eines Zeitungsmannes. Hannover, 1917. S. 18, 99—100, 102.

⁸³ Liulevicius V.G. War Land on the Eastern Front. Cambridge, 2004. P. 162.

⁸⁴ Kipp M. Op. cit.

⁸⁵ Burgdorf W. «Unmenschen» im Zeitalter der «Aufklärung». Die Bedeutung von Archenholz «Geschichte des Siebenjährigen Krieges» für das Bild vom russischen Menschen in Deutschland (URL: http://www.goethezeitportal.de/fileadmin/PDF/db/wiss/epoche/burgdorf_unmenschen.pdf S. 1).

⁸⁶ Liulevicius V.G. Op. cit. P. 151.

⁸⁷ Hoeres P. Die Slawen. Perzeptionen des Kriegsgegners bei den Mittelmächten. Selbst- und Feindbild // Groß G.P. (Hg.). Die vergessene Front. Der Osten 1914/15. Ereignis, Wirkung, Nachwirkung. Paderborn, 2006. S. 200.

⁸⁸ Kёnen Г. Между страхом и восхищением. «Российский комплекс» в сознании немцев, 1900—1945. М., 2010. С. 73.

⁸⁹ Kipp M. Op. cit. S. 266—270; Hoeres P. Op. cit. S. 200.

⁹⁰ Lipp A. Meinungslenkung im Krieg. Kriegserfahrungen deutscher Soldaten und ihre Deutung 1914—1918. Göttingen, 2003. S. 228.

Это не находит подтверждения на немецких открытках времён Первой мировой войны, изобразительные средства и метафоры которых низвели русских до последней ступени человеческого рода, ниже их не смогла опустить даже карикатура гитлеровской Германии. Так, выпущенная в 1942 г. открытка «Советская идиаллия» прямо продолжала иконографическую традицию, восходящую к «Русской культуре» 1915 г., но показывала семью «недочеловеков» в чём-то даже более снисходительно⁹¹.

Негативный образ России и русских отличался комплексностью и к началу Первой мировой войны разделялся практически всеми идейными и политическими течениями Германии⁹². Война придала ему новые акценты. После затухания надежды на скорую победу неожиданные приобретения на востоке стали рассматриваться как своего рода компенсация за крах мечтаний о мировом господстве⁹³. При этом Восточная Европа стала восприниматься как пространство, лишённое культуры и чистоты, что никогда прежде не звучало с такой отчётливостью. Как отмечает А. Райманн, ещё в годы Первой мировой войны в образе врага появилось новое качество — представление о его неполноценности, связанное с ощущением культурно-биологического превосходства немцев, возникшим именно в ходе борьбы на востоке Европы⁹⁴.

Открытки сыграли в этом весьма значительную роль: визуализация позволяла представить подобные идеи в доступной, символической и эмоционально окрашенной форме, когда, например, немецкий солдат давил «русских»-тараканов или поливал ядом «русских»-вшей. Неудивительно, что к концу войны потенциально опасные царь, казак и медведь всё больше уступали место немецкой гигиенически-культурной миссии. Не рискуя впасть в преувеличение, можно предположить, что открытки с «панье» были знакомы тогда каждому жителю Германии. Одному только Прайссу, по сути — индивидуальному предпринимателю, удалось продать солдатам на Восточном фронте свыше миллиона таких карточек⁹⁵. Количество экземпляров открытки «Русская культура» и вовсе не поддаётся точному исчислению: известно как минимум 12 её вариаций, но, вероятно, имели место и стереотипные переиздания.

Не следует забывать и о том, что открытка выступала в качестве носителя памяти. Их сохраняли в семейных альбомах и коллекционировали (особенно в Германии), они напоминали о погибших, приобретая особое значение для формирования знаний о России у поколения, родившегося в годы Первой мировой войны и воевавшего во Второй.

Именно яркие открытки являлись одним из главных способов знакомства детей с войной. Их использовали для пропаганды, например, прикалывая карикатуры на врагов к школьной доске⁹⁶. Ещё важнее было получить открытку от отца, что придавало запечатлённому на ней сюжету личный характер. Некоторые солдаты, крайне ограниченные в иных возможностях доставить ребенку радость, превращали открытку в своеобразное развлечение. Так, комментируя

⁹¹ Коллекция автора.

⁹² *Paddock T.R.E.* Creating the Russian Peril. Education, the Public Sphere, and National Identity in Imperial Germany, 1890—1914. Rochester; N.Y., 2010. P. 226.

⁹³ *Nelson R.L.* Op. cit. P. 503.

⁹⁴ *Reimann A.* Der große Krieg der Sprachen. Untersuchungen zur historischen Semantik in Deutschland und England zur Zeit des Ersten Weltkriegs. Essen, 2010. S. 210.

⁹⁵ *Shayo A.* Op. cit. P. 23.

⁹⁶ *Kronenberg M.* Die Bedeutung der Schule für die «Heimatfront» im Ersten Weltkrieg. Sammlungen, Hilfsdienste, Feiern und Nagelungen. Diss. Göttingen, 2010. S. 233.



«Первое купание», отправитель рассказывал: «На днях мы, как на картинке, бросили грязного злого русского в воду. Он кричал: “Ах, на мне же одежда, я не могу плыть, я совсем не люблю воду, ах, я утону!”. Тогда мы сказали: “Но ты же в нас стрелял, теперь сиди там”. Так как из-за крика он широко открывал рот, туда затекала вода. Он выглядел, как чёрт в уличном театре». Чаще обходилось без таких комментариев, однако, судя по текстам, дети являлись полноправными получателями карточек, изображавших «грязного злого русского». При этом сама война порою принимала на открытках вид детской игры. Так, типичный сюжет осени 1914 г. — загнанные в Мазурские озёра русские войска — в своём «детском» варианте предстал так: в центре картинки мальчик-блондин в остроконечном немецком шлеме, окунув лицом в грязь одного «русского», заставлял другого пить из лужи⁹⁷. Через детские образы иногда передавалась и тема русских вшей⁹⁸.

В свою очередь, именно открытки, окружавшие детей со всех сторон, во многом определяли восприятие ими войны. Иногда оно было почти травматическим, как в случае с немецкой девочкой, которая писала в дневнике о впечатлении от увиденного в одной из витрин рисунка: «В огромном озере были бесчисленные русские солдаты с искажёнными лицами, распахнутыми глазами и ртами, куда уже попадала вода... Я смотрела на картинку так долго, что едва не опоздала в школу»⁹⁹. Однако гораздо чаще детей привлекало как раз «забавное», «игровое». По свидетельству немецких педагогов, школьники в первую очередь улавливали те стороны войны, которые находили смешными

⁹⁷ Коллекция автора.

⁹⁸ Так, на карикатуре в социал-демократическом журнале один мальчик избивал другого за то, что тот не желал быть в игре «русским», приговаривая: «А ведь у него вши!» (Der wahre Jakob. 1915. № 32. S. 8631).

⁹⁹ Mihaly J. ...da gibt's ein Wiedersehn! Kriegstagebuch eines Mädchens, 1914—1918. Freiburg, 1982. S. 127.

или весёлыми, в частности, то, что «у русских есть вши»¹⁰⁰. Клаус Манн, сын знаменитого писателя Томаса Манна, вспоминал, что мальчишкой воспринимал войну как «радостную игру» в том числе благодаря потоку открыток, на которых немецкие солдаты прижимали к сердцу невест, а враги выставлялись дураками¹⁰¹. Одна из немецких школьниц в своих воспоминаниях подробно описала сюжет открытки «Русская культура» и по памяти воспроизвела сопроваждавшее его четверостишие о поисках вшей. По её словам, в школе «мы, дети, очень над ней смеялись», однако учитель осудил оскорбительный характер рисунка¹⁰². Между тем обычно её сверстники оставались с подобными сюжетами один на один.

Пережитое в детстве ощущение войны как «весёлой игры», частью которой было визуальное высмеивание и унижение противника, имело в дальнейшем серьёзные психологические последствия. Известный немецкий писатель и историк Себастьян Хаффнер, в своё время в полной мере испытавший на себе детский военный энтузиазм, писал: «Война как великая, волнующе-восторгающая игра наций... вот что с 1914 по 1918 годы было каждодневным опытом... немецких школьников; и это то, что стало позитивной перспективой (*Grundvision*) нацизма... Многие потом способствовали нацизму и модифицировали его сущность. Но здесь лежат его корни: не во “фронтовом опыте”, а в военном опыте немецких школьников... Подлинное поколение нацизма... — это родившиеся в десятилетие с 1900 по 1910 годы, те, кто ощутил войну... как большую игру»¹⁰³. Миллионы открыток наполняли эту «игру» образами, делали воображаемое видимым и закладывали стандарты восприятия врагов, в том числе — на Востоке.

¹⁰⁰ Schacht R. Krieg und Schule // Die Grenzboten. Jg. 74. 1915. № 2. S. 153.

¹⁰¹ Kessel M. Gewalt schreiben. «Deutscher Humor» in den Weltkriegen. // Ordnungen in der Krise: zur politischen Kulturgeschichte Deutschlands 1900—1933. München, 2007. S. 231—232.

¹⁰² Würgau-Rutsch E. Eine Kindheit im Ersten Weltkrieg. Erinnerungen 1914—1918 (URL: http://www.kindheit.stefanmart.de/eine_kindheit_im_ersten_weltkrieg.pdf S. 16).

¹⁰³ Haffner S. Geschichte eines Deutschen. Die Erinnerungen 1914—1933. München, 2002. S. 22.