

УДК 94(44) «1914/1918»

Гончаров Е.В., аспирант, Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского (Россия)

**«ВРАГ БЕЗ СОВЕСТИ И КУЛЬТУРЫ: ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА «ВАРВАРА»
НА ФРАНЦУЗСКИХ ПОЧТОВЫХ ОТКРЫТКАХ
ПЕРИОДА ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ**

В данном исследовании была предпринята попытка анализа роли почтовых открыток в пропаганде Первой мировой войны. Рассмотрены некоторые карикатурные образы, использовавшиеся военной пропагандой. Детальное изучение и анализ изображенных на почтовых карточках карикатур позволит составить более точную картину об особенностях формирования стереотипа немца-варвара у французского населения.

Ключевые слова: Первая мировая война; пропаганда; образ врага; почтовые открытка; карикатура

DOI: 10.22281/2413-9912-2018-02-04-15-20

С первых дней Первой мировой войны заработала пропагандистская машина. В период с 1914 по 1918 гг. страны, вовлеченные в конфликт, активно насаждали своему населению определенные стереотипы, позволяющие вести боевые действия не на поле битвы, а на другом фронте - психологическом. В средствах массовой информации война практически сразу стала трактоваться не как очередной конфликт между великими державами, а как противостояние цивилизации и варварства, добра и зла. С началом конфликта французская пропаганда стала формировать у своих граждан образ немца-варвара, гунна. В газетах, журналах, открытках можно четко проследить использование карикатур, демонстрирующих «жестокость врага». Эти источники пропаганды позволяют лучше понять, как французы воспринимали войну.

В данном исследовании была предпринята попытка анализа роли почтовых открыток в пропаганде Первой мировой войны. Рассмотрены некоторые карикатурные образы, использовавшиеся военной пропагандой. Детальное изучение и анализ изображенных на почтовых карточках карикатур позволит составить более точную картину об особенностях формирования стереотипа немца-варвара у французского населения.

В начале XX века почтовые открытки были не только коллекционным предметом, но и средством массовой коммуникации. Их производством занимались не только «официальные» государственные предприятия. Во Франции, как и во многих странах Европы, существовали мелкие частные фирмы, специализировавшиеся на выпуске почтовых

открыток. Оккупация Германией ряда регионов с крупными центрами производства открыток привела к тому, что производители стали объединяться в единые предприятия. На рынке почтовой открытки стали появляться торговые дома со специфичными для войны названиями (брендами): «La Revanche», «Patriotic» и т. д. Динамику их работы можно отследить по рекламным объявлениям в прессе. К примеру, крупная парижская полиграфическая фирма «Le Deley» выпускала по двадцать пять новых моделей открыток в неделю и к 1918 году могла предложить покупателю 1800 моделей из своего каталога [5]. Ежегодно во Франции выпускалось более 800 миллионов карточек. За период с 1914 по 1918 гг. произведено более 80 тыс. моделей, а тираж составил 5 млрд. По приблизительным подсчетам за всю войну во всех странах было выпущено несколько десятков миллиардов открыток [3, с. 66].

2 августа 1914 г. во Франции началась всеобщая мобилизация. Сотни тысяч молодых людей были оторваны от дома, семей, привычного уклада жизни. Перед правительством стояла задача - обеспечить военных возможностью непрерывного общения с домом. Для солдат стали издаваться специальные корреспондентские открытки, которые предоставлялись им абсолютно бесплатно. Уже к концу 1914 года более полутора миллиона почтовых карточек направлялись к адресатам во все уголки страны. [5].

Приведенная выше статистика свидетельствует о том, что открытки являлись средством общения первой степени важности. Общение через почтовые карточки было более

доступным, быстрым и распространенным способом отправки. Война не стала препятствием для их производства, напротив, вызвала повышенный спрос. Таким образом, открытки стали информационным оружием государства в войне. Тематика изображений была разнообразной: они охватывали все области деятельности человека и были выполнены в самых разных цветах военного и мирного времени. Большую роль в пропаганде играли так называемые юмористические или сатирические открытки с карикатурами.

Французская пропаганда характеризовалась своими крайними формами неприятия врага, пыталась систематически очернить все немецкое. С её точки зрения, эта война представлялась как противостояние права против насилия, морали против безнравственности, цивилизации против варварства, демократии против империализма и просто добра против зла. Ответственность Германии за развязывание войны была сразу принята французским населением в качестве истинной догмы. Пропагандисты старались насадить населению стереотип, что для них существует только один враг и этот враг-«монстр», «дикарь», «варвар». Именно он виновен в неисчислимых зверствах.

Доказательством этой политики служит миф со «знаменитой» фабрикой по переработке трупов. Французской пропагандой известная немецкая практичность подавалась как промышленный вид людоедства, с которым и ведется война. Таких людей не жалко убивать.

Демонизация врага – одна из главных задач любой пропаганды, и ведется она четко по определенным правилам. Для полноты картины требуется прописать в образе врага несколько обязательных качеств. Враг высокомерен и неоправданно властолюбив. Враг обманывает всех с помощью грязной и лживой пропаганды. Он все разрушает на своем пути, ведет свою войну с нечеловеческой жестокостью. Лучший способ доказать его демоническую природу – живые примеры убийств женщин, детей, стариков.

Основной мишенью для карикатуристов стал кайзер Германии Вильгельм II, на которого была возложена вина за начавшийся конфликт. Пропаганда сделала его главным «злодеем», «слугой зла». Фокусировка на Вильгельме II не случайна. У врага должно

быть одно лицо. Невозможно ненавидеть целый народ, поэтому лучше сосредоточить всю ненависть на одном человеке. В странах Антанты кайзера считали «бешеным псом Европы» и даже «богом войны» [4, с. 86]. На многих почтовых открытках стали появляться карикатуры, где кайзер представлен деспотом и тираном, врагом человечества и конституционных ценностей западных обществ. Фигура кайзера демонизировалась. Он был дьяволом во плоти. Французские пропагандисты изображают его Антихристом, Аттилой или главарем бандитов.

По карикатурам на почтовых открытках можно проследить эволюцию образа немецкого солдата. Пропаганда выставила врага на посмешище. Французы, русские, англичане всячески старались показать противника глупцом, бояться которого не стоит. С этой целью и создавались сатирические эпизоды. Во французских архивах Первой мировой войны можно найти открытки с карикатурами, где немецкий солдат показан трусом, готовым сдаться, если противник превышает его числом; он идет в бой только под принуждением своих офицеров, позорно прячется за спинами женщин на поле боя. Немецкие солдаты изображены с бородой - неотъемлемым атрибутом варварства [2, с. 11].

Безжалостно высмеивались карикатуристами и высшие чины. Немецкого офицера рисовали непременно в военной униформе, с моноклем. Французская пресса описывала его как «высокомерного аристократа, выражающего явное презрение, под внешней оболочкой которого скрыто полное отсутствие сомнений. Он мечтает только о насилии, грабежах и разрушениях» [2, с. 11].

В свою очередь в Германии были предприняты попытки развенчать клише «варвара». В статье «Уничтожение наследия и фигура немецкого солдата на открытках Великой войны», французский историк Эммануэль Данчин анализирует серию немецких открыток «Варвары Германии во вражеской стране», цель которых - разбить аргумент, что немецкий солдат - «безнравственный варвар» [7]. Было выпущено несколько карточек с разными вариантами. Символично, что в данной серии четко прослеживается общий сюжет: забота немецкого солдата о детях, пострадавших в результате военных действий.

На ряде открыток изображен немецкий солдат, кормящий маленького французского ребенка, сидящего у него на коленях (см. рис. 1.). Автор делает предположение, что основой для открытки послужила оригинальная фотография (возможно, снимок сделан 27 октября 1914 года в Романье).



Рис.1. Немецкая почтовая открытка

Французская пропаганда тут же подхватила этот сюжет и внесла свои коррективы, выпустив свою серию открыток, обличающих так называемую «немецкую человечность». На рисунке 2 (см. рис. 2) изображен фотограф, делающий снимок немецкого солдата с сидящим у него на коленях ребенка.



Рис.2. Французская почтовая открытка

Сюжет построен на противоречиях. Сцена происходит как бы в мирной деревне, но разрушения на заднем фоне явно являются следствиями войны. Заголовок внизу композиции гласит: «Не похоже, что это я убийца его матери». Состав рисунка и добавление этого простого предложения, произнесенного солдатом, позволяет лучше понять смысл этой постановочной сцены, обличающей суть немецкой пропаганды. Слова солдата являются доказательством, что он убийца матери этого ребенка. Таким образом, французы старались донести до своего населения, как на самом деле немецкая армия помогает людям и, в частности, голодающим детям.

Помимо высмеивания поступков, внешнего вида солдат и офицеров особое место занимает тема преступлений и «культурных зверств» немецкой армии во французской пропаганде. В период войны было выпущено большое количество газетных статей и открыток, где были проиллюстрированы данные примеры. Рассмотрим некоторые карикатурные образы, использовавшиеся пропагандой.

Одна из первых композиций, показывающих зверства немцев, была опубликована в «L'Illustration» 29 августа 1914 года [8]. Это рисунок (см. рис. 3) художника Жоржа Скотта под названием «Их способ воевать». На нем изображен вражеский солдат, легко узнаваемый по своей знаменитой острокопечной каске, считающейся символом «архаизма» и прусского милитаризма. Он словно циничный охотник, стоящий посреди скопления окровавленных тел. Среди его жертв - ребенок, священник и молодая женщина, на чьей груди стоит нога ее палача. На заднем плане - руины горящего город. Справа от солдата - другие немцы, которые расстреливают группу гражданских лиц возле обломков здания. Это символическое изображение насилия нацелено на то, чтобы сформировать мнение, что вражеские войска не соблюдают никаких международных соглашений, совершают самые ужасные поступки на захваченной территории и ведут себя как полчища варваров.



Рис.3. Жорж Скотт «Их способ воевать»

Примеры типичных преступлений приведены в «Красной книге немецких зверств», опубликованной в 1916 году [6]. На многочисленных карикатурах изображены отвратительные сцены предполагаемой «зверности» врага, который вызывает страх и отвращение. Тема «морального вырождения» врага часто использовалось в то время, и можно четко проследить, насколько сильна была ненависть французов ко всему немецкому.

Особенный интерес представляет образ «цивилизованного варвара». С первых дней Первая мировая представлена пропагандой как война против культуры. Французская пресса регулярно публиковала статьи о действиях германских войск в своих городах и деревнях. Немцев обвиняли в несоблюдении статей Гаагской конвенции 1907 года, запрещающих бомбардировки мирных городов, деревень, зданий искусства и науки, больниц исторических памятников. Возникает образ немца как «врага без совести и культуры». Карикатуры поддерживали этот тон, создавая образ «чудовищности» врага.

Упоминания о «зверствах» или «варварах» прослеживаются в открытках. На них стали размещать фотографии сгоревших улиц, разрушенных зданий, пронизанных дырами от снарядов. В ходе всего конфликта появляются сюжеты открыток с видами разрушенных исторических зданий, уничтоженных деревень и

городов, таких как Реймс, Аррас, Нойон, Суассон, Сенлис, Верден. Французская пропаганда использовала эти «визуальные доказательства» варварства немцев на протяжении всей войны. Изображения на открытках давали четкое представление о разрушениях, что позволяло подпитывать веру в «запрограммированную волю» немцев уничтожить художественное, промышленное и культурное наследие французов. Ряд фотокарточек сопровождался заголовками, чей тон становился более жестким по ходу затягивания войны.

С 1915 года тема «уничтоженных городов» заняла особое место во французской пропаганде. В средствах печати ей посвящены отдельные статьи, в которых враг показан как «орда варваров», уничтожающая все на своем пути. Увеличение тиража открыток с изображенными руинами, достигло желаемого эффекта - показать виновного в этих преступлениях. [7].



Рис. 4. Почтовая открытка с изображением обстрела немцами Реймского собора

При анализе открыток с изображением руин стоит обратить внимание на тот факт, что на их фасоне зачастую преобладали снимки разрушенных церквей. И это неслучайно. Франция 1914 года по-прежнему являлась глубоко верующей католической страной. По-

сягательства на эти святыни не оставляли никого равнодушным. Серия открыток с изображением разрушенных соборов демонстрировала французам неуважение немцев к религии и их стремление уничтожить все, что с ней связано. Артиллерийский обстрел Реймского собора и разрушение Лувена стали сильными козырями в рукаве французской пропаганды, подтверждающими варварство врага, который ничего не уважает (см. рис. 4).

Изображения руин на открытках служат доказательством варварства противника. Подобные композиции относятся к пропагандистскому дискурсу о стремлении немцев уничтожить памятники прошлого, в частности религиозные здания, без какой-либо

обоснованной причины.

Таким образом, почтовые открытки являлись действенным средством французской пропаганды. С их помощью поддерживался германофобский дискурс, формировался соответствующий образ немецких военнослужащих, чинивших «культурные зверства». Иллюстрированные почтовые открытки Великой войны стали отличным источником, свидетельствующим о разрушениях культурного, религиозного наследия немецкой армией. Французы очень часто использовали данные сюжеты как доказательство варварства Германии и, таким образом, способствовали формированию негативного восприятия противника.

Список литературы

1. Белоусов А. Гимн ненависти: каноны пропаганды в Первую мировую войну https://republic.ru/world/gimn_nenavisti_kanony_propagandy_v_pervuyu_mirovuyu_voynu-1138037.xhtml
2. Жан-Ив ле Наур. Изображение немцев во французской карикатуре времен Первой мировой войны // Идеи и идеалы. 4(26). 2015
3. Самбур М.В. Почтовая открытка как источник информации по истории и культуре // Вестник МГУКИ. 4(54). 2013.
4. Цыкалов Д.Е. Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны // Вестник Волгоградского гос. ун-та. 1(21). 2012
5. Doizy Guillaume. Les cartes postales «de guerre», reflet des imaginaires collectifs? <http://centenaire.org/fr/espace-scientifique/arts/les-cartes-postales-de-guerre-reflet-des-imaginaires-collectifs>
6. Domergue Jean Gabriel. Le Livre Rouge des atrocites allemandes d'apres les rapports officiels des gouvernements francais, anglais et belge par l'image. Paris. 1916
7. Emmanuelle Danchin. «Destruction du patrimoine et figure du soldat allemand dans les cartes postales de la Grande Guerre», - URL: <http://journals.openedition.org/amnis/1371>
8. Veray Laurent, « Images de l'Allemand », Histoire par l'image, - URL : <http://www.histoire-image.org/fr/etudes/images-allemand>

«THE ENEMY WITHOUT CONSCIENCE AND CULTURE: THE FORMATION OF THE IMAGE «BARBARIAN» ON FRENCH POSTCARDS DURING WORLD WAR I.

As the title implies the article describes the attempt to analyze the role of postcards in the propaganda of the World War I. It gives a detailed analysis of some of the caricatures used by the military propaganda. A detailed study and analysis of the cartoons depicted on postcards will help to make a more accurate picture of the peculiarities of the formation of the stereotype «German-barbarian» among the French population

Keywords: World War I; propaganda; image of the enemy; postcard; caricature.

References

1. Belousov A. Hymn of hatred: canons of propaganda in the First world war
2. Jean-Yves le Naur. The image of the Germans in French Caricature during the First world war
3. Sambur M. V. Postcard as a source of information on the history and culture
4. Tsykalov D.E. The cartoon as an instrument of propaganda during World War I
5. Doizy Guillaume. The postcards of «War», a reflection of collective imaginations?

6. Domergue Jean Gabriel. The Red Book of the German atrocities according to the official reports of the French, English and Belgian governments by the image. Paris. 1916
7. Emmanuel Danchin. Destructions of the heritage and figure of the German soldier on the postcards of the Great War
8. Laurent Veray. «Images of the German». History through the image

Об авторе

Гончаров Евгений Владимирович – аспирант кафедры всеобщей истории, международных отношений и международного права, факультета истории и международных отношений Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского (Россия), E-mail: evgeniy16.goncharov@yandex.ru

Goncharov Evgenii Vladimirovich – postgraduate student of Department of World history, international relations and international law, Faculty of history and international relations, Bryansk state university named after academician I.G. Petrovsky (Russia), E-mail: evgeniy16.goncharov@yandex.ru