

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

ОБРАЗ НЕМЕЦКОЙ ЖЕНЩИНЫ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ОБЩЕСТВЕ В 1870-1914 ГГ.

Франко-прусская война 1870-1871 годов изменила традиционное французское мнение о немецком обществе. Французы, деморализованные поражением, были вынуждены изменить свое представление о немецком народе. К началу 1914 года во Франции сложилось противоречивое восприятие всего, что связано с Германией. В течение нескольких десятилетий, предшествовавших Великой войне, каждая из этих двух стран формировала определенные взгляды, стереотипы о национальном характере соперника, создавая определенный образ «врага» в своем обществе. Проецирование негативных черт на другой народ также было важным шагом в укреплении национальной идентичности. Представления о Германии во французском общественном мнении создавались и укреплялись на самых разных культурных уровнях. Враждебные мифологемы в сочетании с растущей международной напряженностью способствовали распространению ненавистных образов. В данной статье была предпринята попытка исследования сложившихся стереотипов о Германии во Франции в период с 1870-1914 гг. на примере образа немецкой женщины. Рассмотрен ряд визуальных и письменных источников, в которых этот образ находил свое воплощение. Выявлена его связь с массовыми представлениями. Изучение образа немецкой женщины, сформированного во французском обществе, поможет пролить свет на особенности взаимного восприятия народов в предвоенные годы.

Ключевые слова: Первая мировая война, пропаганда, гендер, стереотип, женский образ, карикатура, общественное мнение, Франция, Германия.

DOI: 10.22281/2413-9912-2022-06-03-51-55

Задолго до начала Первой мировой войны во Франции сформировалось негативное отношение к Германии и её народу. Причина этого, с одной стороны, кроется в различии культур. В то время как для немцев важен был внутренний мир, стремление дойти до сути, французы гораздо больше ценили внешний эффект. С другой стороны, французская пропаганда, используя различные средства, формировала отрицательный образ немца. Это стало возможным благодаря тому, что французы реже посещали другие страны, а немецкие туристы далеко не всегда являлись лучшими представителями своего народа.

Стоит отметить, что материалы средств массовой информации (в том числе сатирических изданий) сыграли важную роль в визуализации образа немца как врага, который в дальнейшем был использован пропагандой против Германии. В этом плане примечательны такие журналы, как «*Fliegenden Blättern*», «*Meggendorfer Blättern*», «*Lustigen Blättern*», «*Jugend*», «*Simplizissimus*». Образы, созданные в них, нашли отражение в значительном по объему томе карикатур, вышедшем в Париже в 1916 году [8].

Французские художники также создали большое количество карикатур и рисунков, которые имели, прежде всего, пропагандистскую ценность и были востребованы обществом. Например, карикатуры, созданные эльзасским художником Жан-Жаком Вальцем (под псевдонимом Анси),

стали настолько популярны, что вряд ли нашлась во Франции газета, иллюстрированный журнал или книга анекдотов, в которых не были опубликованы его работы.

Одним из направлений пропагандистской работы по созданию сниженного образа жителя Германии стало подчеркивание специфики образа немки, существенного для гендерного восприятия женщины как носительницы национальных черт. И среди наиболее известных и распространенных образов во Франции стоит отметить немецкую «Гретхен». Жорж Фуад в одной из своих работ, посвященных Германии, дает следующую характеристику немкам: «Что касается женщин, то довольно трудно определить, к какому классу они принадлежат. Их наряды, внешний вид и манеры приводят к путанице. Многие баронессы и графини, обвешанные драгоценностями и кружевами, напоминают крестьянок в праздничном наряде. Они носят неброские, но пышные платья, причудливые шляпки, украшенные перьями. Немки стремятся, прежде всего, привлечь к себе внимание, не заботясь об эстетике. Однако в различных классах женского общества встречаются представительницы с правильными чертами лица и красивым цветом кожи, но эти черты не согласуются с остальной частью тела. В любом случае они всегда неэлегантны. Однако немецкая женщина — хорошая домохозяйка. Она довольствуется заботой о домашнем хозяйстве, из чего следует, что не

всегда можно провести точное различие между служанкой и ее хозяйкой. И, все же, немка считает себя выше всех остальных женщин: англичанку она считает ничтожной, с отсутствием эстетического вкуса, умеющей говорить только о спорте; русская для неё – восточная, которая заботится только о своем внутреннем «я», мечтающая позаимствовать у американок большую степень свободы во внешности, которые те позволяют себе. Немецкие женщины не скрывают своего восхищения вкусом и элегантностью французов. Однако отрицают их духовные и внутренние качества, считают легкомысленными, проводящими свой досуг в распутстве и пороке» [3, с. 68].

На низкие моральные качества немецких женщин указывает в своей книге «Ненависть немцев к французам» Поль Верье: «Я не советую стыдливым людям гулять по площадям и улицам Гейдельберга ночью и даже вечером, а тем более по окрестным лесам. Гретхен, увы, не всегда скромны. У них ярко выраженный интерес к студентам в цветных фуражках и к военным. Солдаты, бедняги, слишком сильно нуждаются в утешении» [15, с. 9].

Эти взгляды разделяет в своей работе «Немецкий менталитет и война» Поль Готье, который называет Берлин «столицей порока» и «современным Вавилоном» [5, с. 14]. «Проституция растет невероятными темпами с каждым годом. Как и до войны, Берлин мог бы гордиться титулом «столица порока». Рука об руку с этим идет пристрастие к удовольствиям и развлечениям, которых нет ни в одной другой стране. Это влечет за собой то, что продавцы, офисные работники и другие граждане посещают казино, бары, таверны и амурные залы, где за несколько часов спускают заработок многих «кислых» рабочих дней...» [16, с. 248].

Ж. Фуад приводит статистику, показывающую, что в «целомудренной и священной Германии» происходит больше всего измен в процентном соотношении, а именно: семь измен на каждые 100 браков, в то время как во Франции измены составляют всего лишь 1% ...» [3, с. 72].

Эльзасские писатели Жанна и Фредерик Регамей в книге «Враждебная Германия» отмечают, что статистические данные о брошенных женах, разводах и незаконнорожденных опровергают утверждения немцев о превосходстве домашней

добродетели [10, с. 48-49]. Кроме того, авторы обращают внимание на негативные последствия большого потребления алкоголя немецкими мужчинами и женщинами, в силу чего они не уделяют должного внимания своей семье и детям [10, с. 59-61].

Французские авторы показывают, что после франко-прусской войны навязчивой темой среди немцев был предполагаемый «декаданс» Франции. Немногие туристы из Германии упускали возможность прогуляться по Монмартру, чтобы увидеть последние проявления морального упадка французской цивилизации [2, с. 508-509]. Путеводители по ночному городу можно было легко приобрести у уличных лавочников с адресами модных «притонов беззакония». Так, в одном из них приводился список таких мест, но отмечалось, что, поскольку такая информация меняется из года в год, туристу лучше всего поинтересоваться в отеле [14, с. 46-47]. Олицетворение Монмартра со всей Францией в то время владело воображением немцев. Однако писатель Фриц Фридман отмечал, что многие «жрицы Венеры» сами были представительницами немецкой нации, а «международный культ Афродиты» распространен не только в Париже, но и в Лондоне, Вене, Берлине или Будапеште, а также не связан с менталитетом народа [4, с. 12].

Создавая сниженный образ немецких женщин, французские карикатуристы в своем творчестве часто подчеркивали отсутствие у них вкуса в одежде. Немки отдавали предпочтение платьям с большими карманами и глубоким разрезом, доходящим до лодыжек, что, по мнению французов, подчеркивало полное отсутствие талии. Обувь, которую носили немецкие дамы, напоминала скорее грубые сапоги солдат, нежели изящные лоферы француженки.

При этом в начале войны в Германии были предприняты многочисленные усилия по созданию собственной, вполне независимой от Парижа немецкой моды. Это дало французской прессе долгожданный повод для сатиры: «Мими Пинсон, моя Ми, тебе будет это интересно, но сначала пообещай мне хранить молчание. Дело очень непростое, ибо «Gazette de Lausanne» не имеет привычки сообщать обманчивые новости. Вы знаете, что в Берлине только что был сформирован Национальный комитет – из великих дам, кутюрье и профессоров, для установления и направления

женской моды. Подожди! Это еще не все. «Comite imperial des forms allemandes» (так его называют) поставил перед ведущими франкфуртскими ателье задачу запустить целую серию оригинальных моделей чисто немецкого стиля» [7].

«La Baionnette» 12 августа 1915 года выпустил специальный номер, посвященный исключительно «элегантным» жительницам Берлина. На обложке журнала изображена гуляющая женщина, за которой наблюдают стоящие рядом мужчины. Особый акцент художника сделан на ее одежде: травянисто-зеленый костюм, состоящий из жакета, подходящий более на мужской фрак, который украшен двумя рядами пуговиц, и длинная юбка, доходящая до лодыжек. Вдобавок из-

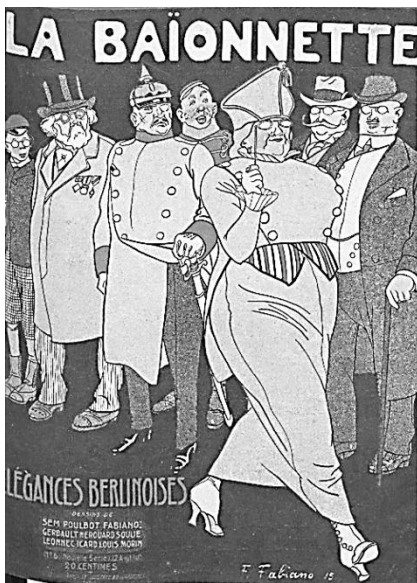


Рис.1. Обложка журнала «A la Baionnette» от 12 августа 1915 г.



Рис.2. Рисунок Луи Морина «Военная мода на пике популярности в Берлине» в «A la Baionnette»



Рис.3. Рисунок Герды Вегенер «Пивная ночь в Берлине» в «A la Baionnette»

В 1914 году в Париже вышел комикс под названием «Мода в Германии: Лига против дурного англо-французского вкуса». Изображенные в нем немецкие женщины выглядели вульгарно. Стоит отметить, что это была некая насмешка над немцами, над их безвкусицей, и в то же время авторами комикса подчеркивалось превосходство французов в сфере моды. По мнению авторов, чувство стиля было внутренне присуще исключительно французам и больше никому. «Коренастые немки попросту делают себя посмешищем, тщетно пытаясь копировать врожденное изящество стройных французенок. Этим пухлым Гретхен никогда не быть по-настоящему элегантными» [9, с. 6].

В 1915 году, словно в отместку, вышло

под жакета высвечивается черно-бело-красный жилет в полоску. Все это придает женщине неуклюжий вид (см. рис. 1).

На других рисунках немецкие женские наряды адаптированы под армейскую униформу. Например, на одной из карикатур Луи Морина изображены немки, которые в качестве головного убора носят пикельхауб (остроконечный кожаный шлем, носившийся в XIX и XX веке военными, русскими, германскими и английскими вооруженными силами, пожарными и полицейскими), солдатские и матросские фуражки (см. рис. 2).

На других пропагандистских работах ткань платья расписывается в качестве узора мелкими шлемами и даже человеческими черепами (см. рис. 3).

в свет двухтомное сочинение немецкого автора Норберта Штерна, посвященное моде и культуре. В своем исследовании Н. Штерн упрекал французских модельеров за «наглые» и «развратные» фасоны. Он отмечал, что бесстыдство французской моды развратило высоконравственных немцев, а французская косметика испортила их красоту. По мнению автора, немецкие женщины должны были избавиться от всего, что исходило от Франции, иначе нравственный упадок был бы неизбежен [13].

В 1916-1917 гг. женское отделение молодежного движения «Вандерфогель» утверждало, что одежда, созданная в Германии, должна быть исключительно «немецкой», «практичной» в плане использования и

«радовать глаз», в отличие от французской, которая была «непостоянной, как флюгер» [6, с. 150-151]. Национализм, поднявшийся с началом Первой мировой войны, безусловно, сыграл центральную роль в этих дебатах. В одной из статей, вышедшей в 1915 году, утверждалось, что для немецких женщин было бы государственной изменой носить платья во французском стиле, туфли на высоких каблуках, когда их братья, отцы и мужья сражаются на фронте [11, с. 56]. В том же году был опубликован каталог одежды, которую немцы должны были носить на работе и дома [11, с. 56].

Однако создание собственной моды в Германии было обусловлено не только социально-политическими факторами, не менее важными оказались факторы экономические. Немецкие модельеры всегда черпали вдохновение в Парижских салонах, но в годы, предшествовавшие Великой войне, они предприняли активные попытки развить собственную индустрию моды, при этом избежать французского влияния. Их усилия увенчались успехом. Немецкая одежда, включая дизайнерские платья с различными украшениями, стала одним из главных предметов экспорта Германии в предвоенные годы. Возможно, Франция и осталась бы лидирующей страной в этой сфере и в 1920-х годах, но немецкие модельеры смогли создать аналог высокой французской моде в виде простой и доступной для населения одежды [12, с. 85].

Таким образом, представленный в данной статье анализ позволяет сделать

определенные обобщения. Разнообразие женских образов, которые существовали во Франции в исследуемый период, было многочисленным. Французские художники в довоенное время создали большое количество карикатур и рисунков, которые имели не только художественную, но, прежде всего, пропагандистскую ценность. Во многих случаях эти образы не относились к оригинальному творению французов, а были взяты из немецких журналов. Французская литература, особенно юмористические и иллюстрированные журналы, содержала весьма специфические описания немецкой женщины, которые были также хорошо известны и высмеивались. Популярной карикатурой являлось изображение упитанной немецкой женщины с неряшливой прической и непропорциональной фигурой. Модные предпочтения немцев выдавались как граничащие с отсутствием вкуса; наряды, которые носили немецкие дамы, вызывали только улыбки и насмешки у аккуратных французов, всегда следивших за одеждой. В различных характеристиках всегда отмечались три черты немецкой женщины, в частности: отсутствие элегантности, стремление к материализму, обманчивая добродетель. Данные представления создавались и укреплялись на самых разных культурных уровнях. В дальнейшем, когда началась Первая мировая война, разнообразие женских образов, сложившихся в период с 1870 по 1914 гг., было использовано французскими пропагандистами в работах, направленных против Германии.

Список литературы

1. A la Vaпонnette 12.08.1915.
2. Fischer F. Das Bild Frankreichs in Deutschland in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg // Revue d'Allemagne. 1972. №. 3. P. 505-519.
3. Fouad G. L'Allemagne historique, intellectuelle, morale. Paris. 1916. P.118.
4. Friedmann F. Deutschland - Frankreich und Kaiser Wilhelm II. Berlin. 1912. P. 52.
5. Gaultier P. La Mentalité Allemande et la Guerre. Paris. 1916. P. 117.
6. Grob M. Das Kleidungsverhalten jugendlicher Protestgruppen im 20. Jahrhundert. Munster. 1985. P.358.
7. Le Matin 09.09.1914.
8. Les Allemands peints par eux-mêmes. Les Allemands peints par les neutres Germania. Paris. 1916. P. 176.
9. Radiguet M., Arnac M. Mode in Germany: ligue contre le mauvais gout anglo-francais. Paris. 1914. P. 16.
10. Rйgamey J., Rйgamey F. L'Allemagne ennemie. Paris. 1913. P. 300.
11. Sander K. Die Mode im Spiegel des Krieges. Essen. 1915. P. 158.
12. Stamm B. Berliner Modemacher der 30er Jahre // Der Bar von Berlin: Jahrbuch des Vereins fur die Geschichte Berlins. №. 38-39. Berlin. 1989-1990. P. 89-101.
13. Stern N. Mode und Kultur. Dresden. 1915. P. 274.

14. Teubner L. Eine Woche in Paris. Berlin.1909. P. 253.
15. Verrier P. La Haine allemande (contre les Français). Impressions d'Allemagne. Paris. 1915. P. 62.
16. Wetterlй E. L'Allemagne qu'on voyait et celle qu'on ne voyait pas. Paris. 1915. P. 340.

THE IMAGE OF A GERMAN WOMAN IN FRENCH SOCIETY IN 1870-1914.

The Franco-Prussian War of 1870-1871 altered the traditional French view about German society. The French, demoralized by their quick defeat, were forced to re-evaluate their view of the German people. During the several decades before the Great War, each of the two countries had cultivated certain views and stereotypes about the national character of its opponent, creating a kind of «enemy» image in their own society. Projecting negative traits onto another people was also an essential step in the consolidation of national identity. Views of Germany were created and reinforced at many different cultural levels in France. Hostile mythologies combined with increasing international tensions, which contributed to a consequent further proliferation of hateful images. As the title implies the article describes the attempt to study the constructed stereotypes about Germany in France during the period from 1870-1914, using the image of a German woman as an example. A number of visual and written sources in which this image was embodied are analysed. The study of the image of the German woman, which was formed in the French society, will help to shed light on the peculiarities of mutual perception of the peoples in the pre-war years.

Keywords: World War I, propaganda, gender, stereotype, female image, caricature, public opinion, France, Germany.

References

1. A la Вapонnette 12.08.1915.
2. Fischer F. Das Bild Frankreichs in Deutschland in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg // Revue d'Allemagne. 1972. №. 3. P. 505-519.
3. Fouad G. L'Allemagne historique, intellectuelle, morale. Paris. 1916. P.118.
4. Friedmann F. Deutschland - Frankreich und Kaiser Wilhelm II. Berlin. 1912. P. 52.
5. Gaultier P. La Mentalitй Allemande et la Guerre. Paris. 1916. P. 117.
6. Grob M. Das Kleidungsverhalten jugendlicher Protestgruppen im 20. Jahrhundert. Munster. 1985. P.358.
7. Le Matin 09.09.1914.
8. Les Allemands peints par eux-memes. Les Allemands peints par les neutres Germania. Paris. 1916. P. 176.
9. Radiguet M., Arnac M. Mode in Germany: ligue contre le mauvais gout anglo-francais. Paris. 1914. P. 16.
10. Рйgamey J., Рйgamey F. L'Allemagne ennemie. Paris. 1913. P. 300.
11. Sander K. Die Mode im Spiegel des Krieges. Essen. 1915. P. 158.
12. Stamm B. Berliner Modemacher der 30er Jahre // Der Bar von Berlin: Jahrbuch des Vereins fur die Geschichte Berlins. №. 38-39. Berlin. 1989-1990. P. 89-101.
13. Stern N. Mode und Kultur. Dresden. 1915. P. 274.
14. Teubner L. Eine Woche in Paris. Berlin.1909. P. 253.
15. Verrier P. La Haine allemande (contre les Français). Impressions d'Allemagne. Paris. 1915. P. 62.
16. Wetterlй E. L'Allemagne qu'on voyait et celle qu'on ne voyait pas. Paris. 1915. P. 340.

Об авторе

Гончаров Евгений Владимирович – преподаватель кафедры философии, истории и политологии, Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского (Россия), E-mail: evgeniy16.goncharov@yandex.ru

Goncharov Evgenii Vladimirovich – lecturer of the Department of Philosophy, History and Political Science, Bryansk state university named after academician I.G. Petrovsky (Russia), E-mail: evgeniy16.goncharov@yandex.ru