

*А.С. Медяков**

ОТРАЖЕНИЕ ГЕРМАНСКОЙ ОККУПАЦИИ ФРАНЦИИ И БЕЛЬГИИ НА ПОЧТОВЫХ ОТКРЫТКАХ 1914–1918 гг.

В статье анализируются роль и функции почтовой открытки в условиях немецкой оккупации Франции и Бельгии в годы Первой мировой войны. Исследуются различные аспекты производства и потребления открыток, их применение в повседневной жизни как оккупационных сил, так и жителей захваченных территорий. Ставится проблема «туристических» практик немецких солдат и роли открыток в их осуществлении. Анализируются пропагандистские трактовки оккупации на открытках, в частности, в контексте противопоставления «культуры» и «варварства». Делается вывод о ценности открыток как источника с точки зрения изучения «культуры войны».

Ключевые слова: открытки, Первая мировая война, оккупация, Франция, Бельгия, пропаганда, военная повседневность

DOI 10.32608/0235-4349-2018-1-51-296-314

Годы Первой мировой войны стали кульминацией феномена почтовой открытки, превратившейся в предвоенную эпоху в истине массовое социокультурное явление. Дешевизна, простота и скорость написания, массовое распространение коллекционирования – вот основные составляющие успеха открытки на рубеже веков. В качестве более глубокой причины выступали происходившие в ходе становления современного общества изменения, нередко ставившие под вопрос привычные групповые и социальные связи, из-за чего потребность в их поддержании возможно более простыми и эффективными способами была весьма велика.

Война обострила эту потребность до крайности, грубо вырвав людей из привычной им повседневности и поставив сами их жизни на грань экзистенциального риска. Особенно это касалось тех групп, которые оказались в чрезвычайных ситуациях – солдат на фронте, пленных и интернированных, беженцев, а также жителей на оккупированных территориях. Для них открытка нередко оказывалась наиболее простым и доступным средством коммуникации.

** Александр Сергеевич Медяков, кандидат исторических наук, доцент кафедры новой и новейшей истории стран Европы и Америки исторического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.*

Вместе с тем функции открытки не ограничивались лишь доставкой личных посланий. Публичный характер изображений и текстов ее лицевой стороны позволяет говорить о ней как о средстве массовой информации¹, со всем возможным здесь спектром значений – от рекламы до пропаганды. Для понимания роли открытки в военной повседневности важно также выяснение вопросов ее социального бытования, изготовления и распространения, спроса и предложения, изучение связанных с ней индивидуальных и групповых практик.

Все эти стороны комплекса «открытки на войне» могут рассматриваться в разных ракурсах. В центре внимания автора настоящей статьи стоят роль и место почтовой открытки во время немецкой оккупации Бельгии и Северной Франции 1914–1918 гг., недостаточно освещенные в историографии². Кем были производители и потребители открыток на оккупированной территории? Как и в каких формах открытки отражали военный опыт, новый для обеих сторон? В чем заключалось основное содержание визуальных посланий, в частности, пропагандистских? Таковы основные вопросы, исследуемые далее³.

Жизнь в условиях оккупации

В жизни населения оккупированных территорий открытки играли важную роль, в первую очередь как средство коммуникации. Сообщение с внешним миром было либо чрезвычайно затруднено, либо попросту невозможно до тех пор, пока на помощь не пришли открытки. В конце весны 1916 г. немецкое командова-

¹ Holzheid A. Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin, 2011. S. 18.

² Имеющаяся литература касается в первую очередь Бельгии и сосредотачивается преимущественно на анализе изображений, уделяя мало внимания текстам личных посланий и лишь эпизодически затрагивая аспекты производства, потребления и социального бытования открыток. См.: Opsommer R. Kriegsimpressionen aus Westflandern. Feldpostkarten des Ersten Weltkriegs als alltagsgeschichtliche Quellen // Schreiben im Krieg – Schreiben vom Krieg. Feldpost im Zeitalter der Weltkriege / Hg. V. Didczuneit, J. Ebert, T. Jander. Essen, 2011. S. 333–350; Delhalle S. L'image de la Belgique dans les cartes postales allemandes de la Première Guerre Mondiale // Guerres mondiales et conflits contemporains. 2011/1 (N 241). P. 51–62; Idem. Des images... des sources – Une profusion de supports iconographiques – La Belgique dans la carte postale de 1914–1918. De la propagande à la culture de guerre // La Petite Belgique dans la Grande Guerre: Une icône, des images / Sous la dir. de B. Rochet, A. Tixhon. Namur, 2012; Meyer-Pajou M. La Belgique en cartes postales dans les archives militaires françaises // Ibid.

³ Основным источником данной работы служат открытки из коллекции В.В. Крепостнова, частично опубликованной автором настоящей статьи. См.: Медяков А.С. Первая мировая война на почтовых открытках. 4 т. Киров, 2014.

ние разрешило практически прямое сообщение между населением контролировавшихся им французских департаментов и остальной Францией. С французской стороны связь должна была осуществляться через министерство внутренних дел, с немецкой – через бюро Красного креста во Франкфурте. С этой целью французское министерство внутренних дел выпустило специальные почтовые карточки, на формуляре которых содержались требования к отправителям: послание не должно превышать 20 слов и содержать информацию общего или военного характера⁴. В результате возможности сообщения с жителями оккупированных территорий резко возросли, о чем свидетельствуют цифры: до конца июля 1916 г. было выпущено 1 млн 350 тыс. почтовых карточек, 400 тыс. из которых оказались использованы уже к концу августа⁵.

Изображения на открытках нередко несли пропагандистский заряд. Самый простой путь заключался в продолжении продаж имевшихся открыток военной и патриотической тематики. В начале оккупации такие практики имели место и, более того, порою толковались захватчиками как свидетельство немецкого великодушия и цивилизованности. Так, оказавшись в оккупированном Брюсселе, немецкий современник писал, что повсюду в лавках писчебумажных принадлежностей «мы видим открытки с изображениями бельгийской королевской четы и их детей, а также с фотографиями бывшей бельгийской армии. Если бы “культурная нация” [французы. – А.М.] вступила бы в Германию, вела ли бы она себя столь же великодушно, как в Брюсселе варвары?»⁶. Еще в декабре 1914 г. в витринах брюссельских магазинов можно было видеть французские открытки с изображениями бельгийского короля Альберта и генерала Жоффра⁷. Однако с упрочением оккупационного режима подобное «великодушие» скоро стало сходить на нет⁸. Строгая цензура всех печатных произведений оставляла лишь нелегальные возможности изготовления и продажи агитационных открыток. Французская пресса регулярно информировала о подобного рода акциях местных патриотов. Например, в марте

⁴ Gazette des Ardennes: journal des pays occupés. 1916. 24 mai.

⁵ Ibid. 28. août.

⁶ Just A. Mit Liebesgaben nach Osten und Westen. Kriegseindrücke. Berlin, 1915. S. 108.

⁷ Höffer J. Eine Fahrt zu unseren Feldgrauen II // Daheim. 26.12.1914.

⁸ Хотя отдельные попытки все же предпринимались. Например, тайно привезенная в Бельгию в конце 1917 г. свежая фотография короля Альберта была издана в качестве открытки, выставлялась в витринах и имела хождение невзирая на запреты оккупационных властей. См.: Delhalle S. Des images... des sources. P. 139.

1915 г. *Le Temps* писала об одном кюре, приговоренном к 9 месяцам тюрьмы за сделанные им и продававшиеся под видом сувениров открытки: одну с фотографией святых сосудов из сожженной немцами церкви, другую – с изображением голодных собак и надписью «После реквизиции»⁹. *Le Petit Parisien* сообщала, что немцы наложили на оккупированную ими коммуны Ла-Фер штраф в 15 тыс. франков за то, что один из местных книготорговцев продавал антинемецкие открытки¹⁰.

Вместе с тем значение открыток для местного населения, разумеется, далеко не исчерпывалось предоставляемыми ими возможностями патриотической агитации. Для многих открытки служили источником дохода. Еще до войны продажа открыток вразнос была широко распространена по всей Европе как легко доступное средство побочного, а нередко и основного заработка. К нему же охотно прибегали и во время оккупации, неуклонно ухудшавшей условия жизни. Немецкие источники часто упоминают об активном предложении, едва ли не навязывании открыток со стороны уличных торговцев¹¹.

Война поставила профессиональных производителей и распространителей открыток – хозяев типографий, издателей и владельцев лавок писчебумажных принадлежностей – в сложное положение. С исчерпанием прежних запасов они, по свидетельству немецкой профессиональной газеты производителей и продавцов бумажной продукции *Papier-Zeitung*, владели жалкое существование¹² и, даже вопреки собственным убеждениям, нередко были вынуждены заняться продажей немецких открыток¹³. «Вот бумажная лавка, в которой седобородый француз продает открытки, восхваляющие победы и подвиги немцев. Но он все равно по-прежнему непоколебимо убежден в победе Франции», – писала немецкая фронтовая газета в июне 1917 г.¹⁴ Неуклонно осложнялось и положение местных открыточных издательств, которые первоначально еще сохраняли некоторую свободу деятельности. Так, известное бельгийское издательство «H.N. à A» (H. Nacken à Anvers) сразу

⁹ *Le Temps*. 1915. 1 mars.

¹⁰ *Le Petit Parisien*. 1915. 13 mars.

¹¹ *Queri G.* Les petits oiseaux de France // Daheim. 13.11.1915; *Just A.* Op. cit. S. 103.

¹² *Papier-Zeitung*. 1915. 21 Oktober.

¹³ Такая продажа могла осуществляться только с разрешения военных властей. См.: *Französische Ansichtskarten* // *Papier-Zeitung*. 1916. 17 Februar.

¹⁴ *Der Champagne-Kamerad. Feldzeitung der 3. Armee*. 1917. 17 Juni.

после занятия немцами Антверпена еще могло себе позволить выпустить серию открыток с изображениями последствий обстрела города 8–9 октября, предшествовавшего его падению. Примечательно, что виды разрушенных гражданских объектов, предназначенные служить иллюстрацией германского «варварства», охотно посылались домой немецкими солдатами, очевидно, как свидетельства военных успехов¹⁵.

Содержание открыток регулировалось как распоряжениями местного военного командования, так и централизованно. В частности, командование армии во Фландрии в апреле 1916 г. дало официальное разъяснение, что гражданские магазины могут беспрепятственно вести торговлю любыми открытками, сюжеты которых не связаны с войной, в то время как открытки на военную тематику должны продаваться исключительно в армейских и полевых книжных лавках¹⁶. В свою очередь, в руководстве, изданном центральным цензурным ведомством, указывалось, что «нужно избегать всего, что позволило бы сделать вывод об использовании оккупированных земель в пользу немецкой экономики»; не приветствовались и упоминания разного рода принудительных мер в отношении населения¹⁷.

Однако в действительности мир открыток был слишком обширным и пестрым для того, чтобы можно было всерьез надеяться взять его под полный контроль. Привлеченные миллионным спросом со стороны солдат, немецкие издатели и торговцы, открытки которых, как правило, не требовали предварительной цензуры, буквально осаждали Западный фронт. «Чрезвычайно сильная потребность в современных бумажных изделиях и открытках на Западном фронте привела к тому, что повсюду, от швейцарской границы до Остенде, обосновались мелкие и даже крупные торговцы, которые ведут бурную и выгодную торговлю <...>, но особенно в большом выборе представлены здесь открытки», – сообщала специализированная пресса¹⁸.

Открытки также издавались фронтовыми газетами, книготорговыми структурами дислоцированных здесь армий (особенно

¹⁵ Медяков А.С. Указ. соч. Т. 1. С. 149. I/0416: «Посылаю тебе открытку с бомбардировкой Антверпена».

¹⁶ Papier-Zeitung. 1916. 20 April.

¹⁷ Zensurbuch für die deutsche Presse. Herausgegeben von der Oberzensurstelle des Kriegspresseamtes im März 1917. Berlin, 1917. S. 27.

¹⁸ Papier-Zeitung. 1916. 16 März.

4-й и 5-й), полками и даже отдельными ротами. Наконец, широкое распространение имело любительское изготовление фотооткрыток солдатами, которые предлагали их своим товарищам. В одном из писем с фронта в редакцию *Papier-Zeitung* говорилось: «Здесь (в небольшой французской крепости, где мы расположены) бродят дюжины людей с фотоаппаратами, офицеры и солдаты. Фотографируют очень много». Автор письма жаловался на нехватку фотобумаги, в особенности тех ее сортов, которые использовались для изготовления открыток, поскольку «фотографические открытки покупают больше, чем другие бумаги»¹⁹. Очевидно, что полностью контролировать весь этот неисчислимый открыточный поток едва ли было возможно.

Комплексное рассмотрение открыток разного происхождения и по месту их производства (Германия, страны Антанты, оккупированные территории), и по его характеру (официальные, частных издательств, любительские) позволяет увидеть картину немецкой оккупации настолько объемной и разнообразной, что ее подробный анализ едва ли возможен в рамках одной статьи. В целом, французские открытки естественным образом подчеркивали насильственный и грабительский характер оккупации: немецкие солдаты занимаются грабежом местного населения, взимают реквизицию, снимают с церкви колокола и т.д.²⁰ Отдельной темой стало насилие над гражданским населением, для освещения которого использовались, в том числе, своеобразные «самообличения», фотографии многочисленных объявлений немецких властей, расклеивавшихся в оккупированных городах и содержавших угрозы в адрес местного населения²¹.

Информацию о тяготах населения оккупированных территорий несут также и немецкие открытки. Например, речь идет о таком эпизоде войны, как насильственные переселения во Францию, проводившиеся начиная с 1915 г. в стремлении избавиться от «лишних ртов»²². Немецкие открытки позволяют проследить едва ли не весь масштаб этой операции – затронутые ею населенные пункты, транспортировку населения, прибытие в нейтральную Швейцарию²³. То-

¹⁹ *Papier-Zeitung*. 1917. 12 August.

²⁰ См. примеры: *Медяков А.С.* Указ. соч. Т. 3. С. 310-312.

²¹ Там же. С. 313.

²² *Becker A.* Les occupations // *Encyclopédie de la Grande Guerre 1914-1918. Histoire et culture / Sous la dir. de S. Audoin-Rouzeau, J.-J. Becker.* P., 2004. P. 795-797.

²³ См. примеры в: *Медяков А.С.* Указ. соч. Т. 3. С. 333.

нальность открыток частных издательств обычно нейтральна, редки трактовки депортации как «спасения» от угроз войны, но, с другой стороны, разумеется, нет никакого осуждения.

Личные впечатления от этих событий могли быть совсем иными, что, в частности, видно из первоклассного, в силу своей комплексности, источника: открыток ефрейтора немецкого ландвера Франца Фогта, опубликованных вместе с его дневником²⁴. Обычно при изучении открыток приходится иметь дело с разрозненными экземплярами, переписка или подборка открыток одного автора встречаются редко, а уж тем более – дополнительные сведения о контексте их написания, такие как этот дневник. О начавшейся в марте 1915 г. насильственной эвакуации Фогт писал: «Одна женщина по соседству повесилась от горя, что должна покинуть родные места. Бедные люди, каким испытаниям они подвергаются»²⁵. Последующая дневниковая запись ставит любительскую фотографию начавшейся 1 апреля депортации жителей местечка Сен-Жорж, где находилась рота автора, непосредственно в контекст события: «В пять часов собрались женщины, дряхлые бабы и мужики, не ждущие дурного дети. Стоял плач, да и наши глаза были на мокром месте. <...> Наш капитан стоял со слезами на глазах и фотографировал диковинную процессию»²⁶.

Такие же примеры сочувствия можно увидеть и в отношении другого бедствия, принесенного оккупацией, – реквизиций. С целью их осуществления на оккупированной территории проводились переписи материальных ценностей населения. По понятным причинам изображения такого рода явлений не могли появиться на открытках официальных издательств, однако получали отражение в любительских снимках немецких солдат. Одна из фотографий переписи скота была снабжена следующим комментарием: «Перепись скота в Северной Франции! Последнюю корову, козу, курицу и т.д. следует время от времени предъявлять, чтобы командование в случае необходимости могло бы ими воспользоваться. Горе французам, который утаит одну голову! Имеют ли наши крестьяне на родине понятие о том, что переносит здешнее население?»²⁷

²⁴ Aufzeichnungen und Fotografien des Gefreiten der Landwehr Franz Vogt (1878–1944) aus Gesmold, Landkreis Osnabrück, vom 2. August 1914 bis 16. Dezember 1918, herausgegeben und kommentiert von Gisela Fleischmann. URL: <http://franzvogt.eu/die-familie-vogt/>

²⁵ Запись от 18 марта 1915 г. URL: <http://franzvogt.eu/18-maerz-1915/>

²⁶ Запись от 1 апреля 1915 г. URL: <http://franzvogt.eu/1-april-1915/>

²⁷ Медяков А.С. Указ. соч. Т. 3. С. 317. III/0974.

Однако, наряду с подобными примерами, открытки и другие личные свидетельства доносят и иной облик немецких солдат и их отношения к местному населению. Так, тот же Фогт писал о грабежах оставленных домов: «Едва жители удалились, тут же явились солдаты для грабежа»²⁸. В целом взаимоотношения немецких солдат с местным населением были отмечены самыми разными чувствами, от неприятия и вражды до симпатии и даже дружбы²⁹.

«Туристы на фронте»

Не так давно немецкая исследовательница Ш. Хаймель поставила проблему «туристов на фронте», понимая под ними гражданских лиц, побывавших на передовой и постаравшихся передать этот новый для себя опыт в путевых записках³⁰. Она обратила особое внимание на их «туристический» образ поведения, одной из важнейших примет которого было постоянное писание открыток³¹. Представляется, что такая постановка вопроса отчасти может быть распространена и на немецких солдат. Находясь в чужой стране, многие из них также смотрели на нее не без специфического «туристического» интереса, который с рубежа веков был для немцев просто немыслим без открыток. Наличие этой довоенной практики, неременная связь между пребыванием в чужой стране и фиксацией этого факта в открытке стали существенными предпосылками для «туристического» модуса немецких солдат за пределами своей страны.

Лучшим свидетельством специфически «туристического» интереса к открыткам являлся огромный спрос именно на виды, а не какие-либо иные сюжеты. Современник не без удивления отмечал «небывалое развитие» на оккупированной территории отраслей, связанных с производством открыток. Тот торговец, который предвидел войну и запасся открытками с видами своего региона, поймал удачу за хвост, поскольку «сметалось всё», даже самого плохого качества. Цена самых обычных открыток доходила до 75 пфеннигов (при обычной в 3–10. – А.М.). В выигрыше были также фотографы, главной продукцией которых являлись фотографии немецких солдат

²⁸ Запись от 20 июля 1917 г. URL: <http://franzvogt.eu/20-23-juli-1917/>

²⁹ Примером последнего могут служить отношения Фогта с женщинами, на квартире которых он 10 месяцев стоял на постое.

³⁰ Heymel Ch. Touristen an der Front: Das Kriegserlebnis 1914-1918 als Reiseerfahrung in zeitgenössischen Reiseberichten. Münster, 2007.

³¹ Ibid. S. 125.

на фоне достопримечательностей³². Иными словами, речь шла о воспроизводстве в фронтовой повседневности классических туристических практик довоенного времени — оказавшись в чужой стране, следует послать оттуда открытку как свидетельство своего пребывания там и сделать фото «на память». Довоенные туристические практики обычно диктовались не только собственным интересом путешественника, но и его знанием о соответствующих ожиданиях на родине, ведь открытку «совершенно точно ожидают от нас дома»³³.

Главным объектом спроса являлись открытки местных издательств, с одной стороны, потому, что немецкие фирмы не сразу смогли развернуть производство подобной продукции, но также в силу опять-таки специфически «туристического» подхода. Если упоминавшиеся выше гражданские «туристы» в желании показать подлинность своего приобщения к фронту нередко старались использовать солдатские открытки³⁴, то это же самое стремление к аутентичности туристического свидетельства заставляло отдавать предпочтение французским и бельгийским открыткам. Трудности с выполнением этого обязательного туристического ритуала выливались в досаду на «отсталых» французов: «Поскольку француз обычно мало путешествует, в том числе в своей стране, отели, в которые не приезжают иностранцы, ниже всякого приличия, потому нет и открыток. С большим трудом можно найти, в конце концов, изделие такого рода, настолько низкосортное, что у нас едва ли можно было встретить и в начале [18]80-х годов»³⁵. Другой «турист» в декабре 1914 г. жаловался на то, что в Валансьене невозможно купить ни одной открытки, поскольку они полностью распроданы³⁶. Если не удавалось отыскать открытки с видами, то в ход шла любая французская или бельгийская открытка, поскольку само местное производство придавало ей качество сувенира. Наконец, существовали и разнообразные «рукотворные» способы придать посланию «туристическую» аутентичность, например, самостоятельное изготовление открытки из местных материалов. Один солдат ландшатурма придумал и вовсе экзотическое средство сообщить обычной открытке местный колорит — он заставил расписаться на ней нескольких пленных французов³⁷.

³² Gazette des Ardennes: journal des pays occupés. 1916. 5 juin.

³³ Grautoff F. Eine Fahrt an die Westfront. Leipzig, 1915. S. 18.

³⁴ Heymel Ch. Op. cit. S. 125.

³⁵ Grautoff F. Op. cit. S. 18.

³⁶ Daheim. 1914. 26 Dezember.

³⁷ Heymel Ch. Op. cit. S. 125.

Таким образом, на вершине «туристических» предпочтений находились открытки местного производства, однако их довоенные запасы к весне 1915 г. истощились, и к делу стали подключаться немецкие производители. Так, к выпуску открыток с видами Лилля и его окрестностей приступила *Liller Kriegszeitung* – газета для оккупационных войск, развернувшая деятельность в Лилле. В своих материалах и, в частности, в постоянной рубрике «Прогулки по Лиллю» газета регулярно знакомила немецких военных с достопримечательностями города и окрестностей, публиковала их фотографии, которые и послужили основой для открыток. Первоначально было выпущено 8 открыток по 5 пфеннигов каждая³⁸. Не остались в стороне и крупные открыточные издательства в Германии. Например, дрезденская фирма «Nenke & Ostermaler» приглашала распространителей следующей рекламой: «Как остроактуальная новинка в начале апреля появится серия № 238 – 12 художественных открыток “Фландрия”»³⁹. Приступив к производству открыток несколько позже, полевые издательства 4-й и 5-й армии отразили в них едва ли не каждый городок и коммуны на оккупированной территории.

О специфическом «туристическом» интересе к стране пребывания свидетельствует не только стремление отправить открытку с соответствующим сюжетом, но и предоставляемая этим источником единственная в своем роде возможность снабдить печатное изображение личным комментарием. Некоторые из таких текстов отмечены прямо-таки историко-культурным интересом. Например, один из солдат дал полный перевод пояснений на французской открытке о «доме последнего патрона» в местечке Базей – известном эпизоде войны 1870 г., а также свои комментарии⁴⁰. Замечательный пример «туристического» интереса к оккупированной местности дают открытки Фогта. Показательно, что абсолютное большинство присланных им домой открыток представляют собой довоенные французские виды городов и их достопримечательностей. Характерный сам по себе, этот выбор еще более подчеркивается текстом посланий: «Посылаю вам вид Маттона. Церковь очень красивая», «это известный замок шато де Камблен»,

³⁸ Feldpostkarten der Liller Kriegszeitung // *Liller Kriegszeitung*. 3.3.1915. Осенью 1916 г. газета выпустила серию в 10 открыток. См.: *Bilder aus Lille* // *Liller Kriegszeitung*. 1916. 22 Oktober.

³⁹ *Papier-Zeitung*. 1915. 25 März.

⁴⁰ Коллекция автора статьи.

«мой снимок замка Дон», «собор в Турнэ производит колоссальное впечатление» и т.п.⁴¹ Еще одним примером могут являться открытки военнослужащего санитарного батальона Келлера, регулярно отправлявшего своим родным открытки с видами городов, в которых ему удалось побывать, сопровождая их краткими комментариями. Другие его открытки были направлены на то, чтобы передать ощущение пребывания в чужой стране, послать открытку «из Франции». Так, он использовал открытки с изображением собора Парижской Богоматери («Мои дорогие! На обратной стороне открытки символ мировой столицы Парижа!»), Эйфелевой башни («На обратной стороне Эйфелева башня, второй символ Парижа!»)⁴², Трокадеро и др.

И Фогт, и, по-видимому, Келлер были людьми образованными, но некоторые «туристические» впечатления доносили и открытки солдат невысокого культурного уровня. Так, автор текста на упоминавшейся выше открытке с бомбардировкой Антверпена, написанного с чудовищным количеством ошибок, отмечал, что «местность здесь красивая».

При всей связи и несомненном сходстве с довоенными туристическими практиками, этот военный «туризм» отличался от них не только своей сутью – в конце концов, будучи примененным к вынужденному пребыванию на чужой территории в условиях войны, само это понятие может быть употреблено лишь в кавычках, но также нередко и предметом интереса. В роли его объекта выступали не только «классические» достопримечательности, но и специфические, порожденные войной. Например, несомненной популярностью в первые годы войны пользовались фотографии руин, далеко не всегда сопровождавшиеся пропагандистскими трактовками. Среди развалин появились даже своего рода «туристические хиты», широко растиражированные открытками⁴³.

Ставя на первое место в рекламе «разрушенные местности», «руины», открыточные издательства продолжали эксплуатировать естественный интерес к необычному, отличавшийся, однако, от того, который до войны заставлял покупать открытки с изображениями последствий землетрясений и железнодорожных катастроф. Необычным, выходившим за пределы повседневности в

⁴¹ См. эти и другие примеры его открыток: URL: <http://franzvogt.eu>

⁴² См.: Медяков А.С. Указ. соч. Т. 2. С. 122-123.

⁴³ Например, «Саарбургское расписание» и «падающая Дева из Альбера». См.: Медяков А.С. Указ. соч. Т. 2. С. 486-487; Т. 3. С. 211-212.

данном случае оказывались не только непосредственно отображенные объекты, но сама доселе невиданная война, позволявшая себя таким образом «увидеть». Показательно, что с усталостью от войны, угасанием интереса к ней руины ушли с первых мест в рекламах открыточных издательств, однако сохраняли свое значение для другой функции открыток – пропаганды.

Немецкий «варвар» на земле врага

Главной задачей немецкой пропаганды являлась позитивная трактовка оккупации, а ее адресатом выступали как собственное население и армия, так и жители оккупированных территорий.

Одним из наиболее эффективных средств пропаганды на местное население стала *Gazette des Ardennes*, выходившая на французском языке с ноября 1914 г. в городе Шарлевиль-Мезьер. Основной мишенью ее критики была Англия. С газетой сотрудничал известный баварский график и карикатурист О. Баумгартен, часть опубликованных в газете карикатур которого была затем издана в качестве открыток. С большой выразительностью художник проводил следующие основные мысли, в целом типичные для немецкой пропаганды, направленной на Францию и нейтральные страны: Англия – виновник войны; Франция же лишь ее марионетка, если не жертва; Франция рискует потерять Кале, центр дислокации английских войск; Англия традиционный враг Франции⁴⁴.

Типичным примером является открытка «Сердечное Соглашение 1915», на которой английский Джон Буль изображен в виде гигантского паука, опутавшего паутиной Европу, неевропейские страны и континенты; лишь на востоке, где расположился гордый германский орел, паутина разорвана; нависнув над Кале, паук пожирает французского солдата⁴⁵. Схожие идеи доносит открытка «Джон Буль – защитник угнетенных», на которой Франция представлена в облике ощипанного петуха⁴⁶, и другие.

Будучи предназначенными как для внутренней, так и для внешней пропаганды, открытки выпускались с подписями на французском и немецком языках, либо только на французском. В итоге открыточная пропаганда достигала самых разных адресатов. Такие

⁴⁴ Для подтверждения последнего тезиса в газете публиковались французские анти-английские карикатуры довоенных времен. См. в целом: *Gazette des Ardennes*. 1915. 15 juin; 1915.22 octobre; 1915.14 novembre; 1916. 17 mai; 1916. 28 juillet.

⁴⁵ См.: Медяков А.С. Указ. соч. Т. 4. С. 134. IV/0372.

⁴⁶ Там же. С. 237. IV/0702.

открытки охотно покупали немецкие солдаты⁴⁷. Возможно, что и среди местного населения антианглийские сюжеты также находили определенный отклик. Вот как, во всяком случае, описывает ситуацию в оккупированном Сен-Кантене корреспондент ведущего немецкого социал-демократического издания *Vorwärts*: повсюду продаются открытки, «которые иногда изображают наши победы над французами, но сатирически никогда самих французов, а только их союзников. [Население] не избегает изображений, на которых Франция является жертвой, на которых, к примеру, английский паук ползет по паутине, в петлях которой висит уже мертвая Бельгия⁴⁸, и народ изучает эти открытки и хохочет над высмеиваемыми англичанами»⁴⁹.

Наиболее важным пропагандистским органом, работавшим на немецких солдат, являлась *Liller Kriegszeitung*, главным художником в которой был К. Арнольд, до войны один из лучших рисовальщиков знаменитого журнала *Simplicissimus*. К выпуску открыток с карикатурами Арнольда газета приступила в конце июня 1916 г. В отличие от продукции *Gazette des Ardennes*, они предназначались преимущественно немецким солдатам, что явствует уже из самого способа распространения открыток: комплект (20 шт. по 1,5 марки) заказывался через полевую почту, а малые серии (2 шт. за 15 пфеннигов) можно было купить в читальном зале газеты⁵⁰. Здесь также доминировали сюжеты обманутой англичанами Франции, передававшиеся, например, метафорой карточного шулерства⁵¹ или парафразом библейской истории грехопадения, в которой Адама-Россию и Еву-Францию искушает змей с чертами английского бульдога. В изображении Франции открытки обычно и в этом случае не выходили за пределы юмора и иронии.

Сюжеты оккупации являлись составной частью более широкой идеологической войны под лозунгом «борьбы за культуру», в которой каждая из противостоящих сторон стремилась доказать, что защищает не просто собственные интересы, а некие высшие, об-

⁴⁷ Например, об осознанном выборе открытки о «защитнике» Джоне Буле отправившим ее из Франции солдатом свидетельствует его обещание присылать другие открытки этой серии.

⁴⁸ Очевидно, имеется в виду открытка Ю. Дица «Английский паук» из серии «Военные открытки» журнала *Jugend*. См. Медяков А.С. Указ. соч. Т. 4. С. 237. IV/0699.

⁴⁹ *Vorwärts*. 1915. 29 März.

⁵⁰ Die bunten Feldpostkarten unserer L.K. // *Liller Kriegszeitung*. 1916. 26 Juni.

⁵¹ См.: Медяков А.С. Указ. соч. Т. 4. С. 261. IV/0784.

щечеловеческие ценности⁵². В этой борьбе использовались как негативные, так и позитивные стратегии: в рамках первой всеми возможными способами доказывались «нецивилизованность», «варварство» врага; вторая показывала несостоятельность подобных же упреков в собственный адрес и рисовала положительный образ своего солдата.

Типичным приемом были ссылки на «нецивилизованные» методы войны, в частности, разрушения гражданских объектов и жертвы среди мирного населения. Сделать эти обвинения зримыми помогали фотографии руин, предстающие в данном случае уже не просто в качестве «примет войны», как было показано выше, а – благодаря подписям – как прямое обвинение противника в преступлениях. Открытки являлись наиболее массовым средством распространения подобных образов. Как писало одно французское издание, «едва ли хоть одна руина в местностях, где прошел немец, не была сфотографирована под всеми углами и не предлагалась бы “в формате 9 × 14” на наших бульварах»⁵³.

В фокусе германской пропаганды, помимо собственного населения, оказывались жители оккупированных территорий, в среде которых немцы пытались тем самым вызвать недовольство французскими властями. Наряду с постоянной рубрикой «Жертвы наших соотечественников» в *Gazette des Ardennes*, где поименно перечислялись погибшие от французского огня гражданские лица⁵⁴, этой же цели служили открытки со снимками разрушений, произведенных, как утверждалось, французской же артиллерией. Сами немецкие солдаты питали убеждение в том, что вина за лавиную долю разрушений гражданских объектов артиллерийским огнем лежит на совести противника. Такого мнения придерживался, например, Келлер, регулярно посылавший домой открытки с руинами, сопровождая их соответствующими комментариями⁵⁵.

⁵² См. подробнее: Медяков А.С. «Война культур»: пропаганда на открытках Первой мировой войны // Медяков А.С. Указ. соч. Т. 4. С. 6-32.

⁵³ *Petits métiers nés de la guerre* // *Lectures pour tous. Revue universelle et populaire illustrée*. 1915. N 17. P. 1098.

⁵⁴ См. *Zensurbuch für die deutsche Presse*. S. 31. Так же регулярно публиковались фотографии руин с подписями «Разрушено французами и их союзниками». См., например: *Gazette des Ardennes*. 1916. 20 février.

⁵⁵ Например, на открытке от 2 сентября 1915 г. с изображением разрушенных улиц одного местечка под Аррасом: «Будь моя воля, Жоффр с компанией бродили бы по этим опустошенным улицам вечно». Открытка из частной коллекции.

Наряду с разрушениями одной из центральных тем выступали и так называемые «зверства»⁵⁶. Во французских открытках для изображения «зверств» использовались самые мощные эмоциональные регистры, фактически выходявшие за пределы принятых европейских культурных табу, в частности, натуралистически изображались сцены насилия над детьми. Особенно сильным эмоциональным воздействием обладали открытки, доносящие апофеоз бессмысленной жестокости «немецких варваров» – на них изображались дети с отрубленными кистями рук. Легенда о «ребенке с отрубленной рукой» в союзнической пропаганде получила чрезвычайное распространение⁵⁷ и во всех мыслимых вариациях отразилась в открытках. Так, известный французский иллюстратор Ф. Пульбо рисовал целые серии открыток на этот сюжет⁵⁸.

Германская пропаганда ответила целым потоком открыток, на все лады изображающих идиллические картины сосуществования немецких войск и местного населения. На рисованных открытках и фотографиях немецкие солдаты помогают по хозяйству женщинам, дают хлеб старикам, спасают людей из пожара⁵⁹. Чаще всего такие образы сопровождались надписями «немецкие “варвары”», «наши “варвары”» и т.п. Вместе с тем, как и у противной стороны, главный акцент был сделан на образах детей, производящих наиболее сильное эмоциональное воздействие. Некоторые из таких открыток документировали реальные пропагандистские акции, как, например, изданная полевым издательством 5-й армии фотооткрытка «Французские дети в гостях у кронпринца»⁶⁰. Однако самое большое распространение получил образ, для донесения которого использовались либо откровенно постановочные фотографии, либо рисунки – немецкий солдат кормит с ложечки сидящего у него на коленях ребенка⁶¹. Объектами подобной пропаганды являлись, в том числе, жители оккупированных земель, о чем свидетельствует наличие совершенно той же образности в *Gazette des Ardennes*⁶². Противодействие с французской стороны

⁵⁶ См.: *Topitsch K.* Die Greuelpropaganda in der Karikatur // *Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg* / Hg. R. Zühlke. Hamburg, 2000.

⁵⁷ См.: *Kaplan I.* “Die abgehackte Hand” – Ein Beitrag zur Ikonographie der französischen Hetzkarikatur als Teil der antideutschen Propaganda während des Ersten Weltkriegs // *Ibid.* S. 93-124.

⁵⁸ См.: *Медяков А.С.* Указ. соч. Т. 4. С. 393.

⁵⁹ Там же. Т. 3. С. 315-316; Т. 4. С. 280-281.

⁶⁰ Там же. Т. 3. С. 316. III/0969.

⁶¹ Там же. Т. 4. С. 278-279.

⁶² *Gazette des Ardennes*. 1915. 1 novembre; 1915. 1 décembre.

осуществлялось тоже посредством открыток. Так, автор открытки «Германская пропаганда» полностью воспроизвел иконографию немецких открыток, показав, однако, делающего снимок фотографа, а в уста солдата, кормящего ребенка, вложил фразу: «Ну кто поверит, что я убил его мать?»⁶³

На обвинения в эксплуатации местного населения и грабеже занятых территорий германская пропаганда отвечала изображениями труда немецких солдат на французской пашне. Открытки с таким содержанием прямо поощрялись пропагандистскими и цензурными органами⁶⁴. Примечательно, что отвлеченное, политическое толкование сельскохозяйственного труда понималось и принималось самими немецкими солдатами. Так, Келлер в одной из открыток не только зафиксировал сам факт («на обратной стороне – солдаты нашей роты за возделыванием французских полей осенью 1915 года!»), но и соответствующим образом трактовал его в подписи на лицевой стороне («немецкие варвары возделывают землю Франции!»)⁶⁵. В открытках подобного жанра немецкий солдат показательным образом практически всегда выступает в роли пахаря или сеятеля, но не жнеца, очевидно, чтобы не вызывать ненужных для пропаганды ассоциаций с присвоением и грабежом. Однако комментарии в личных посланиях могли быть откровеннее. Например, тот же Келлер, посылая семье открытку с нейтральным названием «Русские на жатве», снабдил ее комментарием: «Пленные русские убирают для нас французский хлеб 1915 года!»⁶⁶

Пропагандистские трактовки полевых работ позволяли не только обороняться, но и наступать, переходя от отрицания своего «варварства» к утверждению о собственной цивилизаторской миссии. Возделывание почвы и посев сами по себе являлись древнейшими и наиболее наглядными метафорами культуры, однако ряд открыток придавал им новое качественное звучание. На них немецкие солдаты не просто пашут землю, но делают это с помощью современной техники – тракторов и т.д. Тем самым линии идеологического противостояния смещались с противопоставления «культуры» и «варварства» на различия в характере и степени этой культуры, на «отсталость» и «прогрессивность» и т.п.

⁶³ Медяков А.С. Указ. соч. Т. 4. С. 30. IV/0031.

⁶⁴ Zensurbuch für die deutsche Presse. S. 27.

⁶⁵ Медяков А.С. Указ. соч. Т. 4. С. 283. IV/0846.

⁶⁶ Там же. Т. 2. С. 243. II/0806.

Еще одним способом продемонстрировать «цивилизаторскую» миссию Германии стал часто повторявшийся сюжет медицинского обслуживания населения оккупированных территорий немецкими военными врачами. Так, в статье *Liller Kriegszeitung* «Немецкий врач как приносящий культуру» рассказывалось о немецком военном враче, который в одном из северофранцузских городов «вот уже более года борется также и за моральную победу его народа над французским»⁶⁷. В открытках подобные сюжеты получили широкое распространение. Чаще всего акцент делался на прививках, поскольку они лучше, чем рутинный медосмотр, позволяли показать новизну немецкого медицинского «культуртрегерства»: раз прививают – значит не были привиты⁶⁸.

Говоря о месте и роли открыток на оккупированных территориях Бельгии и Франции в целом, следует еще раз подчеркнуть в плане изучения так называемой «культуры войны» важность этого источника, отражающего специфику менталитетов и повседневных практик, идеологии и пропаганды в их взаимовлиянии⁶⁹. В силу своего комплексного характера и бытования на грани частной и публичной сфер открытка является подлинной точкой пересечения всех этих аспектов.

Список литературы

- Медяков А.С. Первая мировая война на почтовых открытках. 4 т. Киров: Крепостнов, 2014. [Medyakov F.S. Pervaja mirovaja voina na pochtyvnyh otkrytkah. 4 t. Kirov.: Krepostnov, 2014].
- Becker A. Les occupations // Encyclopédie de la Grande Guerre 1914-1918. Histoire et culture / Sous la dir. de S. Audoin-Rouzeau, J.-J. Becker. P.: Bayard, 2004. P. 787-797.
- Daheim. 1914-1918.
- Der Champagne-Kamerad. Feldzeitung der 3. Armee. 1915-1918.
- Delhalle S. L'image de la Belgique dans les cartes postales allemandes de la Première Guerre Mondiale // Guerres mondiales et conflits contemporains. 2011/1 (N241). P. 51-62. DOI 10.3917/gmcc.241.0051
- Delhalle S. Des images... des sources – Une profusion de supports iconographiques – La Belgique dans la carte postale de 1914-1918. De la propagande à la culture de guerre // La Petite Belgique dans la Grande

⁶⁷ Der deutsche Arzt als Kulturbringer // Liller Kriegszeitung. 1916. 5 Oktober.

⁶⁸ См. примеры: Медяков А.С. Указ. соч. Т. 3. С. 316. III/0970; Т. 4. С. 281. IV/0842.

⁶⁹ Bauerkämper A., Julie E. Einleitung // Durchhalten! Kriegskulturen und Handlungspraktiken im Ersten Weltkrieg / Hg. A. Bauerkämper, E. Julie. Göttingen, 2010. S. 13.

- Guerre : Une icône, des images / Sous la dir. de B. Rochet, A. Tixhon.
Namur : Presses universitaires de Namur, 2012. P. 129-151.
- Gazette des Ardennes : journal des pays occupés. 1914-1918.
- Grautoff F.* Eine Fahrt an die Westfront. Leipzig: Leipziger Neueste Nachrichten, 1915.
- Heymel Ch.* Touristen an der Front: Das Kriegserlebnis 1914-1918 als Reiseerfahrung in zeitgenössischen Reiseberichten. Münster: Lit, 2007.
- Holzheid A.* Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie. Berlin: Erich Schmidt, 2011.
- Just A.* Mit Liebesgaben nach Osten und Westen. Kriegseindrücke. Berlin: Hutten-Verlag, 1915.
- Kaplan I.* "Die abgehackte Hand" – Ein Beitrag zur Ikonographie der französischen Hetzkarikatur als Teil der antideutschen Propaganda während des Ersten Weltkriegs // Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg / Hg. R. Zühlke. Hamburg: Ingrid Kämpfer, 2000. S. 93-124.
- Lectures pour tous. Revue universelle et populaire illustrée. 1915. № 17.
- Liller Kriegszeitung. 1914-1918.
- Meyer-Pajou M.* La Belgique en cartes postales dans les archives militaires françaises // La Petite Belgique dans la Grande Guerre: Une icône, des images . Sous la dir. de B. Rochet, A. Tixhon. Namur: Presses universitaires de Namur, 2012. P. 152-178.
- Opsommer R.* Kriegsimpressionen aus Westflandern. Feldpostkarten des Ersten Weltkriegs als alltagsgeschichtliche Quellen // Schreiben im Krieg – Schreiben vom Krieg. Feldpost im Zeitalter der Weltkriege / Hg. V. Didczuneit, J. Ebert, T. Jander. Essen: Klartext, 2011. S. 333-350.
- Papier-Zeitung. 1914-1918.
- Le Petit Parisien. 1914-1918.
- Le Temps. 1914-1918.
- Topitsch K.* Die Greuelpropaganda in der Karikatur // Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg / Hg. R. Zühlke. Hamburg: Ingrid Kämpfer, 2000. S. 49-92.
- Vogt F.* Aufzeichnungen und Fotografien des Gefreiten der Landwehr Franz Vogt (1878–1944) aus Gesmold, Landkreis Osnabrück, vom 2. August 1914 bis 16. Dezember 1918, herausgegeben und kommentiert von Gisela Fleischmann. URL: <http://franzvogt.eu>
- Vorwärts, 1914-1918.
- Zensurbuch für die deutsche Presse. Herausgegeben von der Oberzensurstelle des Kriegspresseamtes im März 1917. Berlin, 1917.

Alexander S. Medyakov

**THE GERMAN OCCUPATION OF FRANCE AND BELGIUM
REFLECTED IN POSTCARDS. 1914–1918**

The article deals with the role and functions of postcards during the German occupation in France and Belgium during the First World War. Various aspects of the production and consumption of postcards, their existence in the daily life of both the occupation forces and the inhabitants of the occupied territories are explored. The problem of «tourist» practices of German soldiers and the role of postcards in their implementation is posed. The propagandistic interpretations of the occupation on postcards are analyzed, in particular, in the context of the opposition of «culture» and «barbarism». A conclusion is drawn about the value of postcards as a source from the point of view of studying the «culture of war».

Keywords: postcards, World War I, occupation, France, Belgium, propaganda, everyday life in wartime