

© 2017 г.

А.С. МЕДЯКОВ

## ОБРАЗ «ГЕРМАНИИ» НА ОТКРЫТКАХ ВРЕМЕН ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

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

В пропагандистских сражениях Первой мировой войны важная роль отводилась национальным аллегориям, позволявшим визуально представить собственную нацию — «воображаемое сообщество» — в качестве антропоморфной фигуры, едва ли не живого существа, наделить ее определенными качествами, связать с ценностными установками и эмоциями и тем самым наглядно объяснить смысл происходящего и мотивировать на борьбу. В качестве одной из главных немецких аллегорических персонификаций выступала фигура «Германия», а наиболее массовым и доступным средством распространения ее образов являлась почтовая открытка. Анализ содержания, функций и эволюции «Германии» на немецких открытках в предвоенные и военные годы посвящена эта статья.

Различные аллегорические изображения особенно часто приобретали женский облик, в первую очередь потому, что аллегория изначально выступала в качестве риторического средства, а в европейских языках большинство абстрактных понятий, прежде всего обозначающих моральные качества, — грамматически женского рода. Имея за собой огромную традицию, к XIX в. женские аллегии превратились в своего рода культурный стандарт<sup>1</sup>. Вместе с тем в становлении женских национальных персонификаций сыграла роль римская традиция отображения отдельных провинций опять-таки в феминных образах. В национальную эпоху востребованными оказались также определенные коннотации, присущие изображению женского тела. В частности, оно связывалось с плодородием и потому с природой, что позволяло показать нацию как нечто естественное. Одновременно на нацию проецировались женские качества идеальности формы, а также добродетелей — чистоты и невинности<sup>2</sup>.

Для превращения в национальную персонификацию «Германии» пришлось пройти долгий путь<sup>3</sup>. Такое понимание стало преобладать со второй половины XVIII — начала XIX в., причем исторически друг друга сменяли несколько типов ее изображения. Первоначально это был образ пассивной, страдающей, печальной «Германии», нередко изображавшейся связанной, что служило выражением отсутствия национального единства. Подчеркивавшаяся таким образом женская объектность не оставляла

<sup>1</sup> Warner M. Monuments and Maidens. The Allegory of the Female Form. New York, 1996, p. 64, 85.

<sup>2</sup> Bruchhausen E.-B. Das Zeichen im Kostümball. Marianne und Germania in der politischen Ikonographie. Martin Luther-Universität Halle-Wittenberg, 1999, S. 18–19.

<sup>3</sup> См.: Brunn G. Germania und die Entstehung des deutschen Nationalstaates. Zum Zusammenhang von Symbolen und Wir-Gefühl. — Voigt R. Symbole der Politik. Opladen, 1989, S. 101–122; Gall L. Die Germania als Symbol nationaler Identität im 19. und 20. Jahrhundert. — Gall L. Bürgertum, liberale Bewegung und Nation. Ausgewählte Aufsätze. München, 1996; Bruchhausen E.-B. Op. cit; Skokan I. Germania und Italia: nationale Mythen und Heldengestalten in Gemälden des 19. Jahrhunderts. Berlin, 2009; Brandt B. Germania und ihre Söhne: Repräsentationen von Nation, Geschlecht und Politik in der Moderne. Göttingen, 2010.

места для самостоятельного действия — для своего освобождения «Германия» нуждалась в мужском начале, в герое, в роли которого часто выступала другая символическая фигура немецкого национализма — Арминий (Германн). Пассивность «Германии» передавалась и с помощью положения ее тела — она почти всегда сидела или лежала, но в революцию 1848—1849 г. ей пришлось встать. В это время появляется другой тип «Германии» — демократической, заявляющей о себе как о субъекте политического действия. Среди ее атрибутов оказываются до той поры запрещенный черно-красно-золотой флаг, а иногда даже фригийский колпак. Широкую известность подобный тип «Германии» приобрел благодаря знаменитому транспаранту В. Фейта, вывешенному в зале заседаний Франкфуртского национального парламента. Однако к концу века безусловно преобладавшим был уже иной тип, прообразом для которого послужила картина Л. Клазена «Стража на Рейне» 1860 г. — отныне «Германия» обретает облик схожей с валькирией воительницы, часто с угрожающими акцентами. Окончательно «Германия» была зафиксирована знаменитым памятником Й. Шиллинга в Нидервальде 1883 г.

Иконографически Национальный памятник в Нидервальде продолжал традицию изображения «Германии»-воительницы, хотя и в более смягченном варианте: в частности, увитый лаврами меч не был угрожающе поднят. В целом памятник носит комплексный и компромиссный характер, выражая триумф малогерманского варианта национального объединения и сочетая в себе различные идейные и политические мотивы. Традицию «германства» подчеркивают дубовые листья и отдельные сюжеты декора (дракон Нибелунгов, лебедь Лоэнгрин), прусское преобладание отражают многочисленные орлы. Создание Германской империи в результате военного триумфа над Францией в 1871 г. передают барельефы и фигуры у постамента 12-метровой статуи. Особенно много споров у современников вызывал жест, которым «Германия» поднимала над собой корону. Кому она ее предлагает? Автор памятника Шиллинг изначально предполагал, что воплощенная «Германией» немецкая нация коронует себя сама, в то время как консервативные круги считали, что корона должна была быть передана кайзеру. Смушала их и сама женская фигура, предложенная в качестве символа объединенной Германии. В итоге корона в буквальном и переносном смысле слова повисла в воздухе, зримо выразив половинчатый характер Германской империи как «компромисса между национально-демократическими и национально-монархическими тенденциями и силами»<sup>4</sup>.

Начиная с пионерских работ Т. Ниппердея проблема национального памятника и его функций не уходит из поля зрения историков, при этом акцент смещается на роль памятников в создании коллективной идентичности, культуре памяти, а также на их политическую и социальную значимость<sup>5</sup>. Отмечается их «нормативная функция» — некоторое принуждение зрителя к позитивной идентификации со

<sup>4</sup> *Nipperdey Th.* Nationalidee und Nationaldenkmal in Deutschland im 19. Jahrhundert. — *Nipperdey Th.* Gesellschaft, Kultur, Theorie. Gesammelte Aufsätze zur neueren Geschichte, Göttingen, 1976, S. 157.

<sup>5</sup> *Ibidem*; *Hardtwig W.* Bürgertum, Staatssymbolik und Staatsbewußtsein im Deutschen Kaiserreich 1871—1914. — *Hardtwig W.* Nationalismus und Bürgerkultur in Nationalismus und Bürgerkultur in Deutschland, 1500—1914. Göttingen, 1994; *Tacke Ch.* Denkmal im sozialen Raum. Nationale Symbole in Deutschland und Frankreich im 19. Jahrhundert. Göttingen, 1995; *Alings R.* Monument and Nation: Das Bild vom Nationalstaat im Medium Denkmal: zum Verhältnis von Nation und Staat im deutschen Kaiserreich 1871—1918. Berlin — New York, 1996; *Steinernes Bewusstsein I — Die öffentliche Repräsentation staatlicher und nationaler Identität Österreichs in seinen Denkmälern.* Hrsg. S. Riesenfellner. Wien etc, 1998; *Rausch H.* Kultfigur und Nation. Öffentliche Denkmäler in Paris, Berlin und London 1848—1914. München, 2006.

специфически трактуемым прошлым<sup>6</sup>, однако проблема рецепции памятника и, таким образом, его социальной релевантности остается одной из самых сложных<sup>7</sup>.

Открытие оказывается в этом отношении поистине уникальным источником<sup>8</sup>. Открытки информировали об открытии новых памятников и, что особенно важно, способствовали поистине массовому распространению их облика — для большинства внешний вид памятника становился известным не в результате личного посещения, а именно благодаря открыткам<sup>9</sup>. Они предлагали единственную в своем роде возможность коммуникации с памятником. Находясь у его подножья, зритель, не ограничиваясь лишь пассивным созерцанием, мог купить открытку, выразить на ней свои впечатления или просто зафиксировать факт своего пребывания в памятном месте, наконец, продлить акт коммуникации, перенеся его на адресата. В частности, нидервальдский памятник давал возможность подобной коммуникации с «Германией».

Связанные с этим памятником открытки можно поделить на несколько категорий. Часть из них носит сугубо неполитический характер, предлагая монумент лишь в качестве одного из символов Рейна. Сама по себе связь «Германии» с чрезвычайно значимой для немецкого национального сознания, необычайно символически насыщенной<sup>10</sup>, «главной» немецкой рекой — «отцом-Рейном» станет принципиально важной для трактовки памятника и образа «Германии» как такового. Однако на открытках первой категории отразились лишь отдельные популярные стороны восприятия «романтического» Рейна с его «милыми девушками, песнями и вином», как говорилось в тексте на одной из них. Но при всей аполитичности подобных открыток наиболее важным представляется массовое и разнообразное тиражирование ими самой этой связи: «Германия» — Рейн.

Следующий тип открыток — это непосредственно памятник. Здесь в полной мере проявилась специфика открытки как одного из средств массовой информации своего времени, знакомявшего немцев с новым символом их страны. Наряду с бесчисленными вариантами общих планов памятника с соответствующими надписями открытки предлагали комментарий, касавшийся его деталей — головы статуи (плохо видной из-за 12-метровой высоты монумента), барельефов («Рейн и Мозель», «Прощание», «Возвращение»), текстов на постаменте. Такие открытки часто посылались прямо от памятника. Политическое содержание, собственно «программа» памятника, благодаря подобной детализации проступала более заметно.

Однако очевидное политическое звучание «Германия» приобретала на открытках в результате использования дополнительных элементов, изобразительных либо текстовых. Так, помещение статуи в обрамление из гербов всех составивших Германскую империю государств говорило о главном послании памятника — обретенном германском единстве. В то же время тексты открыток часто обращали внимание на то, как это единство было обретоно — ценой войны. В сопровождавших изображение текстах рассказывалось о германских победах, о «Германии» как «пламенеющем знаке», который ослепляет старого врага. Некоторые открытки содержат стихотворный текст о «верной страже» — «Германия» с мечом в руке защищает «древний Рейн» от

---

<sup>6</sup> *Erben D.* Denkmal. — Handbuch der politischen Ikonographie. Hrsg. M. Warnke, U. Fleckner, Z. Hendrik, Bd.1. München, 2011, S. 235.

<sup>7</sup> *Rausch H.* Op. cit., 71.

<sup>8</sup> Значительная доля источниковой базы предлагаемой работы приходится на открытки из коллекции В.В. Крепостнова, частично опубликованной в четырехтомном издании, составителем и автором текстов которого является автор данной статьи. См. *Медяков А.С.* Первая мировая война на почтовых открытках, т. I — IV. Киров, 2014.

<sup>9</sup> *Alings R.* Op. cit., S. 534.

<sup>10</sup> См. *Linder-Beroud W.* “Immer hör’ vom Rhein ich singen...”. Der Rhein — ein Strom deutschen Gefühls. — Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. Hrsg. R.W. Brednich, H. Schmitt. Münster — New York — München — Berlin, 1997.

поползновений «галльского петуха»<sup>11</sup>. Нередко изображение памятника сопровождалось текстом национальных песен, в том числе знаменитыми строками «Германия, Германия превыше всего» из «Песни немцев» Гофмана фон Фаллерслебена<sup>12</sup>.

Совершенно особое значение для дальнейшего имела связь памятника с другой песней — «Стражей на Рейне» М. Шнекенбургера. После франко-германской войны 1870—1871 гг. эта песня фактически превратилась во второй национальный гимн. Ее текст был выбит на постаменте Национального памятника в Нидервальде под групповым барельефом, изображавшим кайзера Вильгельма, Бисмарка и других действующих лиц франко-германской войны. Для предвоенных поколений немцев легендарный Рейн, песня о «страже» на нем и образ «Германии» сливались воедино. Так, Гитлер, плоть от плоти этого поколения, вспоминая о пути своего эшелона на Западный фронт, писал: «Впервые в жизни я увидел Рейн, когда мы двигались вдоль его тихих волн на запад, чтобы оберечь его, германскую реку рек, от алчности древнего врага. Когда сквозь нежный покров утреннего тумана тихие лучи первого солнца явили нам нидервальдский памятник, то в утреннее небо из бесконечного транспортного эшелона грянула старая “Стража на Рейне”, и мне стало тесно в груди»<sup>13</sup>.

Можно со всем основанием предположить, что подобный эффект мгновенного узнавания был достигнут в том числе благодаря всем известным открыткам. О масштабах их распространения свидетельствуют следующие цифры: в 1893 г. из специально развернутого почтового отделения в Нидервальде было послано 13 тыс. открыток, в 1896 г. — 128 тыс., за летние месяцы 1898 г. — 216 тыс.<sup>14</sup> Иными словами, если учитывать исключительно отправителя и получателя, то лишь за летние месяцы 1898 г. в связанной с «Германией» коммуникации приняли участие без малого полмиллиона человек из 52 млн тогдашнего населения Германской империи. А с учетом часто семейного характера посещения памятника и возможного семейного же адресата это число должно быть существенно увеличено. Резкий скачок в цифрах объясняется и прорывом в производстве иллюстрированных открыток как раз в 1895—1896 гг., произошедшим в связи с техническими нововведениями. Следствием стал открыточный бум. Вот как увидел ситуацию близ нидервальдского памятника критически настроенный современник в том же 1898 г.: «Окрестности не озирает никто, но все столы заняты мужчинами и женщинами. Теснясь друг к другу и склонив головы, все-все пишут, как если бы речь шла о хлебе насущном. Дети, девочки-подростки, мамы, отцы семейств, даже старики — все рассматривают и марают ее, новую открытку с видом... Раньше в путешествиях собирали впечатления, теперь же иллюстрированные открытки... Весь Рейн и его поэзия не просто покрыты, а буквально засыпаны открытками»<sup>15</sup>.

О чувствах посетителей памятника судить трудно, поскольку тексты открыток обычно сводились к «Привет тебе отсюда» в разных вариациях. Однако само отправление открытки с соответствующим сюжетом свидетельствует о его позитивной оценке, хотя, безусловно, возможны и исключения. Так, будущий видный деятель СДПГ В. Кейль, который отправил от памятника обязательную открытку

<sup>11</sup> См. например: <http://www.bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/displayimage.php?pos=-6760>.

<sup>12</sup> О музыкальных воплощениях «Германии» в целом см. *Gabriel J. Germania vertont. — Paradedstück Militärmusik: Beiträge zum Wandel staatlicher Repräsentation durch Musik.* Hrsg. P. Moormann, A. Riethmüller, R. Wolf. Bielefeld, 2012.

<sup>13</sup> *Hitler A. Mein Kampf.* München, 1936, S. 180. С точки зрения клишеобразного восприятия памятника характерен глагол «грянуть» (*brausen*), использованный Гитлером, поскольку именно он присутствует в первой строчке «Стражи на Рейне»: «И грянул клич, подобный грому».

<sup>14</sup> *Schmückler D.E. Posten und Postwesen. — Das Buch der Erfindungen, Gewerbe und Industrien. Gesamtdarstellung aller Gebiete der gewerblichen und industriellen Arbeit, sowie von Weltverkehr und Weltwirtschaft.* Leipzig, 1901, S. 61; а также см.: *Neue Hamburger Zeitung.* 28.XII.1897; *Wiener Abendpost,* 6.V.1899.

<sup>15</sup> *Mielke H. Eine Kapuzinerpredigt vom Rhein. — Über Land und Meer,* 1898, Bd. 80, № 27, S. 439.

и восхищался им как произведением искусства, все же «не принял его националистическую тенденцию»<sup>16</sup>.

Из его высказывания следует, что, во-первых, «националистическая тенденция», несмотря на сложную композицию и символическую насыщенность памятника, была вполне очевидна даже рабочему и, во-вторых, предложенная трактовка «Германии» находила одобрение не во всех слоях и идеологических направлениях немецкого общества. Справедливо отмечается, что именно социал-демократы не приняли превращения одного из символов революции 1848 г. в агрессивную воительницу, для них она стала символом «прусско-милитаристского государства»<sup>17</sup>. Действительно, в своих сатирических журналах социал-демократы подчеркивали эти стороны образа «Германии», к примеру, водружая ей на голову прусскую остроконечную каску вместо дубового венца<sup>18</sup>.

Консервативные круги тоже далеко не сразу забыли прежние демократические черты этой аллегии. К тому же они находили противоречие в том, что национальная аллегория, должна выражать «немецкий дух» и воплощать защиту от Франции — «наследственного врага», сама следует «французскому обычаю», «ненемецкой художественной форме выражения», изображая нацию в облике женщины<sup>19</sup>. Тем не менее победное шествие именно такого типа «Германии» было уже не остановить. Практически все скульпторы и художники так или иначе ориентировались теперь на нидервальдскую, гарантированно узнаваемую «Германию»<sup>20</sup>.

Хотя содержательно «Германия» могла пониматься по-разному, несомненно преобладавшей являлась тенденция к ее перевоплощению из аллегии немецкой нации в персонафикацию национального государства — Германской империи. Мало где это видно более отчетливо, чем на открытках с сюжетом, включавшим Бисмарка — создателя империи. Он до конца жизни сохранил скептическое отношение к многочисленным «Германиям», после нидервальдского памятника все чаще появлявшихся на городских площадях, и иронизировал над тем, что они «почти всегда имеют черты немецких профессорских дочек»<sup>21</sup>. Однако на бесчисленных открытках рубежа веков Бисмарк соседствовал именно с ними<sup>22</sup>.

В 1900 г. произошло событие, во многих отношениях важное для связи «Германии» с открыткой — аллегория была помещена на официальную почтовую марку Германской империи. Тем самым, во-первых, была продолжена тенденция некоторого ее «огосударствления»; тиражируемое в миллиардных масштабах сочетание изображения «Германии» с подписью «Германская империя» под ним должно было приводить к мысли о тождественности первого и второго. Во-вторых, любая открытка стала огненной в буквальном смысле слова неразрывно связана с образом «Германии»<sup>23</sup>. В-третьих, окончательно сложился ее канонический иконографический облик. Моделью для марки стала актриса Анна Фюрунг, которая представляла «Германию» на берлинских торжествах по случаю 100-летия Вильгельма I<sup>24</sup>. В свою очередь образ-

<sup>16</sup> Keil W. Erlebnisse eines Sozialdemokraten, Bd. 1. Stuttgart, 1947, S. 88.

<sup>17</sup> Brandt B. Op. cit., S. 335.

<sup>18</sup> См., например: Der wahre Jacob, № 9, 1892; № 25, 1908.

<sup>19</sup> Brandt B. Op. cit., S. 337, 344.

<sup>20</sup> Gall L. Op. cit., S. 325.

<sup>21</sup> Hofmann H. Fürst Bismarck 1890—1898. Nach persönlichen Mitteilungen des Fürsten und eigenen Aufzeichnungen des Verfassers, nebst einer authentischen Ausgabe aller vom Fürsten Bismarck herrührenden Artikel in den "Hamburger Nachrichten", Bd. I. Stuttgart — Berlin — Leipzig, 1913, S. 226.

<sup>22</sup> Примеры см. Медяков А.С. Указ. соч., т. I, с. 33—35.

<sup>23</sup> К тому же сама марка стала распространенным сюжетом разного рода сентиментальных и юмористических изображений на открытках, «оживая» на них (так, «Германия» собственноручно меняет номинал марки). Судя по текстам личных посланий, отправители считали подобные метаморфозы «забавными». Примеры см. Медяков А.С. Указ. соч., т. IV, с. 400, IV/1229 — IV/1232.

<sup>24</sup> Gall L. Op. cit., S. 329.

цом для нее послужила утвердившаяся со времен нидервальдского памятника «Германия»-воительница, правда, претерпевшая некоторые модификации. В частности, так смущавшая умы корона теперь была помещена ей на голову. Едва ли не самой брошкой деталью стали две большие металлические чаши, защищавшие грудь облаченной в кольчугу «Германии». Отныне для узнавания аллегории даже не обязательно было приводить ее прежний главный признак — орла на панцире, достаточно было распущенных волос, короны и «стального бюстгальтера». В то же время новая модификация сохранила такой существенный признак, как корпулентность и физическая мощь, не всегда встречавшие понимание у зрителей. Так, один из искусствоведов сокрушался по поводу «излюбленной моды» «символически изображать немецкий народ в образе вооруженной девы с распущенными волосами и как можно более массивными недевическими формами»<sup>25</sup>. Эти «недевические формы», немецкая склонность жертвовать женственностью своего символа в пользу его мощи станут излюбленной мишенью антигерманских карикатур в годы Первой мировой войны, тем более что именно такую «Германию» письма и открытки распространили по всему миру.

С началом Первой мировой войны аллегория выступила во всем возможном многообразии пропагандистских трактовок, и в частности, подчеркивавшим ее будто бы оборонительный характер. Так, типична композиция на некоторых открытках, сочетающих в себе картину мирного труда пахаря и его видение на горизонте — «Германия», берущаяся за меч или ведущая войска, чтобы противостоять угрозе. Наиболее многочисленной является группа открыток, изображающих «Германию» вместе с немецкими солдатами, предметно показывая, что они должны защищать. Часто ее фигура расположена в центре композиции и статична, в то время как приветствующий ее солдаты запечатлены в движении. Иногда, напротив, «Германия» жестом и движением воплощает собой призыв, и солдаты следуют за ней. В этом случае яснее ощущается призыв к национальному единению — еще один важнейший мотив пропаганды. Визуально выражалось требование последовать этому призыву, встать в строй вместе с нацией, невзирая на политические предпочтения<sup>26</sup>. Еще более наглядно идея «бургфриден», гражданского согласия, заявлена на открытке, где «Германия» вручает меч рабочему, причем на ее щите приведена знаменитая фраза Вильгельма II: «Я больше не знаю никаких партий».

В другом типе открыток «Германия» предстает гораздо более агрессивной. Она уже не вдохновляет, а действует сама, часто приобретая черты валькирии — огромную гриву волос и иногда крылатый шлем. Бесстрастное выражение лица меняется на угрожающее. Наиболее известным воплощением такого типа была знаменитая картина Ф.А. Каульбаха «Германия — август 1914», нередко воспроизводившаяся на открытках. Такая «Германия» выступает уже не в статичной роли защищаемой ценности, а становится чем-то вроде военного божества, часто возглавляющего войско<sup>27</sup>.

С одной стороны, справедливо утверждение, что, двигаясь и действуя, как мужчины, проявляя мужские качества — силу и готовность к насилию, женские национальные аллегории в условиях войны являлись, по сути, мужчинами в женской одежде<sup>28</sup>. Об этом же свидетельствуют неженские позы, жесты (угроза кулаком), нередко гипертрофированная мускулистика<sup>29</sup>. С другой стороны, даже в этом наиболее воинственном варианте «Германия» не до конца теряет свои женские коннотации. В первую очередь это проявляется в табуировании самого акта насилия, безусловно неженского

<sup>25</sup> Цит. по: *Brandt B.* Op. cit., S. 337.

<sup>26</sup> *Schmidt A.* Belehrung — Propaganda — Vertrauensarbeit. Zum Wandel amtlicher Kommunikationspolitik in Deutschland 1914—1918. Essen, 2006, S. 228.

<sup>27</sup> *Popp S.* “Marianne und Germania”. Allegorische Frauengestalten im “Bilderkrieg” der Kriegs- und Nachkriegszeit. — Das Jahrhundert der Bilder. 1900—1949. Hrsg. G. Paul. Göttingen, 2009, S. 298.

<sup>28</sup> *James P.* Images of Femininity in American World War I Posters. — Picture This. World War I Posters and Visual Culture. Ed. by P. James. University of Nebraska Press, 2009, p. 277.

<sup>29</sup> См., например: *Медяков А.С.* Указ. соч., т. IV, с. 20, IV/0022.

дела. Культурные установки оставляли его исключительно за мужчинами. Мы видим на открытках замах, но никогда не удар. «Германия»-валькирия в крылатом шлеме и с мечом в руках нависает над опрокинутой наземь французской Марианной, однако насилие вновь остается за кадром, оказывается уже совершенным и на теле соперницы мы не видим ран<sup>30</sup>. Отношение к насилию как к делу неженскому становится особенно заметно при сравнении с мужской немецкой национальной аллегорией — Михелем, который с врагами гораздо более суров. Другим способом избежать изображения женского насилия служила редукция, перевод его в смягченные формы обыденных женских дел: «Германия» и ее австрийский аналог «Аустрия» выметают врагов метлой, устраивают им «большую стирку» и т.д.<sup>31</sup>

В качестве еще одного типа можно выделить нидервальдскую «Германию». Широко довоенное знакомство с памятником позволяло апеллировать к нему не только как к целому, но и к отдельным его деталям. Например, в качестве иллюстрации к чрезвычайно популярному сюжету скорого победоносного возвращения домой использовался барельеф «Возвращение», обладавший, по-видимому, большей убедительностью, чем просто рисованные фантазии на эту тему, ведь увенчанные цветами бронзовые фигуры свидетельствовали о том, что такое уже было. Однако главное значение памятника было более широким: он и увековеченная на нем песня превратились в общее выражение патриотизма и готовности сражаться с врагом. Выпускались целые серии открыток, где на фоне памятника изображались солдаты и приводилось по строфе из песни. На других открытках нидервальдская «Германия» служила фоном для всего текста песни. Особенную популярность снискали строки «И грянул клич, подобный грому», но главное — «Спокойна будь, отчизна милая» — выражение, ставшее настоящим девизом первых военных месяцев.

Благодаря длительному нормативному воздействию нидервальдского памятника представление о «страже», вооруженной защите оказалось практически имплицитным в образ «Германии», что, как представляется, отличает его от прочих женских национальных аллегорий в Европе, гораздо менее воинственных. В силу этой имплицитности издатели открыток смогли поручать «стражу на Рейне» и другим «Германиям», о чем свидетельствуют многочисленные рисованные или созданные в фотоателье персонажи, сопровождаемые текстом песни. Такие инсценировки позволяли переносить «Германию» и ее «стражу» в другие региональные и политические контексты, давая возможность трактовать смысл происходящего в давно усвоенных и понятных терминах. Например, на одной из фотооткрыток снабженная атрибутами «Германии» немецкая барышня демонстрирует «Стражу на Висле». С точки зрения подобных трансферов, любопытна серия из четырех открыток 1915 г.<sup>32</sup>, текстовая часть которых содержит стихотворение «Восточная стража» (“Die Ostwacht”), отсылающее к «Страже на Рейне». Рекомендовалось петь ее именно на этот мотив, а рефрен носил программный характер: «Спокойна будь, отчизна милая / Восточная стража сродни рейнской». Эти открытки содержат весь набор национально-патриотических идей первых лет войны. На одной из них «Германия» под «немецким дубом» в назидание и утешение рассказывает символизирующей тыл группе (старик, вдова, дети — будущие солдаты в касках и с игрушечными ружьями) о подвигах победителя русских Гинденбурга. На второй ее рассказ о соратнике Гинденбурга Людендорфе сопровождается картинка «гражданского мира» (в единой группе стоят крестьянин, рабочий, буржуа, офицер и студент-корпорант). Третья открытка посвящена братству по оружию Германии и Австро-Венгрии. На четвертой «Германия» и «Аустрия» держатся за руки под портретами обоих кайзеров, а рядом — текст о победоносном мире.

«Германия» воплощает здесь скорее немецкую нацию, чем Германскую империю: корона покоится на подушке, на голове аллегории вновь дубовый венок. Выше

<sup>30</sup> Там же, с. 183, IV/0538.

<sup>31</sup> Там же, IV/0536; с. 215, IV/0638.

<sup>32</sup> Там же, т. IV, с. 306, IV/0924 — IV/09247.

отмечалось, что на протяжении предвоенных десятилетий преобладавшей была тенденция к превращению «Германии» в символ Германской империи, однако на практике грань эта была тонкой и конкретные трактовки зависели от атрибутов и иконографии сюжета. Если «Германия» выступала одна и в короне, то она, как правило, воплощала Германскую империю и всю тотальность понятия «отечество». В то же время на открытках с кайзером она часто лишалась короны и превращалась скорее в нацию, демонстрируя ее единство с государством и монархом и призывая зрителя быть лояльным к этим ценностям.

В годы войны «Германия» оказалась востребованной не только в своей преобладавшей воинственной роли, но и для мобилизации тыла. В частности, она использовалась для пропаганды военных займов. В этих случаях более активной становилась отсылка к ее женскому облику, апелляция к традиционным гендерным ролям «хозяйки» и «матери». Соответственно менялась и атрибутика: либо «Германия» вовсе утрачивала меч, либо он не трактовался как оружие. Панцирь превращался в декоративный или совсем исчезал. На одной из карикатур перевоплощение «Германии» в традиционную «хозяйку» достигло такой степени, что пришлось давать письменный комментарий, о ком, собственно, идет речь<sup>33</sup>. Несколько иначе стереотип «хозяйки» был использован на открытках, связанных с темой плена: пленных такое количество, что хозяйка-«Германия» едва может их прокормить<sup>34</sup>.

Заметим, что материнские коннотации «Германии» использовались немцами гораздо реже, чем, скажем, русскими с их «Россией-матушкой». Отсутствие соответствующих комментариев делает неочевидной такую трактовку даже при изображении «Германии» вместе с детьми. Так, в случае с представленными детскими образами Эльзасом и Лотарингией не до конца понятно, кем приходится им оберегающая их молодая нордическая красавица<sup>35</sup>. Хотя в точности воспроизводящая иконографию этой открытки реклама 9-го военного займа 1918 г. и называет «Германию» «всеобщей матерью», восседающая на троне гордая аллегория производит скорее впечатление божества, которому поклоняются окружающие ее фигуры, чем вызывает ощущение материнского тепла и близости. Лишь на открытках, связанных с темой благотворительности, в частности помощи сиротам, «Германия» приобретает подобное смысловое звучание.

Чрезвычайно широкое жанровое разнообразие изображения «Германии», прежде всего ее фамильярные трактовки в карикатуре, являются свидетельством стабильности и высокого авторитета этой аллегии в немецком общественном мнении<sup>36</sup>. Вместе с тем преобладала возвышенная и героизирующая тенденция, что проявилось в том числе в выборе как друзей, так и врагов «Германии».

Общий подход в обоих случаях заключался в ее изображении только рядом с достойными, приблизительно равными ей визави. В частности, отчетливо прослеживалась определенная иерархия союзнических отношений. Близость с Турцией и Болгарией могла выражаться переплетением флагов, изображением стоящих плечом к плечу солдат, фотографиями монархов. Однако рядом с «Германией» было позволено появляться лишь «Аустрии», что означало: характер связи этих стран выходит за пределы лишь политической целесообразности. Многонациональный характер монархии Габсбургов оставался за скобками (хотя «Хунгария», правда, крайне редко становилась третьей в этой связке), чем настоятельно подчеркивалось общее для обеих империй «германство». Типичной являлась композиция, когда две аллегии изображались на фоне «немецкого дуба», в «германских» одеждах, с распушенными «на германский манер» волосами и с лицами едва ли не родных сестер<sup>37</sup>.

<sup>33</sup> Там же, т. III, с. 111, III/0289; с. 130, III/0363; с. 133, III/0375.

<sup>34</sup> Там же, т. IV, с. 183, IV/0534, IV/0537.

<sup>35</sup> Там же, т. I, с. 171, I/0502.

<sup>36</sup> *Jaworski R. Mütter – Liebchen – Heroinen. Propagandapostkarten aus dem Rrsten Weltkrieg. Köln etc, 2015, S. 63.*

<sup>37</sup> *Медяков А.С. Указ. соч., т. IV, с. 213, IV/0627 – IV/0629.*

Точно так же существовала и некая иерархия в отношении военных противников, врагов «Германии». Франция удивительным образом оказывалась совсем не в первых рядах, несмотря на, казалось бы, имплицитную нацеленность «Германии» на «наследственного врага», столь фундаментально запечатленную в нидервальдском памятнике. В немецком обществе в начале войны шли дебаты на тему о главном враге, причем выбор происходил между Россией и Англией, в то время как Франция в этой роли практически не фигурировала<sup>38</sup>. Хотя «Германия» периодически изображалась в поединке с Марианной, немецкие карикатуристы чаще определяли в противники французской национальной аллегии мужские немецкие фигуры — Михеля или простого солдата. Это позволяло окрасить противостояние дополнительными смысловыми оттенками доминирования и преобладания, а также подчеркнуть женственный характер французской нации, по сравнению с мужской немецкой. Россия же находилась на самых низших ступенях в иерархии врагов наряду с неграми и азиатами «цветных» войск Антанты<sup>39</sup>. Определять «Германию» в противники русского, изображаемого культурно и расово неполноценным, немецкие художники, очевидно, не считали возможным. Чаще всего соперником «Германии» на немецких открытках оказывалась Англия — главный и, в глазах немцев, равноценный враг<sup>40</sup>.

Стремление представить собственную нацию и страну в качестве высшей ценности отразилось в сюжетах о смерти во имя нации, а также ее сакрализации. Вопреки массовой и безобразной окопной смерти, как правило, не сопряженной ни с каким героическим поступком, на открытках заявлялось о ней как об индивидуальной, исполненной смысла и потому прекрасной. Типичным было изображение ухоженной, в цветах могилы или умирающего после совершенного подвига солдата, с одной стороны, и преподносящей лавровый венец «Германии» — с другой. В сопроводительных текстах говорилось о героизме, благодарности, памяти и оправданности жертвы<sup>41</sup>. В некоторых случаях подобные трактовки смерти «во имя» приобретали характер сакрализации нации. Так, на открытке, изображавшей Христа, утешающего раненого солдата, совершенно в традиции религиозной живописи из сияющего облака является «Германия», простирающая над ними щит. Иначе, уже прямо в эсхатологическом смысле, тенденция к сакрализации «Германии» выражена на открытке «Зачинщики Первой мировой войны на Страшном суде», где немецкая национальная аллегория выступает в роли обвинителя своих противников, передавая их на суд архангела Михаила<sup>42</sup>.

В сопровождавшей боевые действия пропагандистской «открыточной войне» образ «Германии» охотно задействовался и противниками немцев. В частности, французы использовали всеобщую известность немецкой почтовой марки с «Германией» для остроумного пропагандистского хода, предлагая трактовать ее как автопортрет, как аутентичное свидетельство внутренней сути немцев. Иногда воспроизведение марки просто сопровождалось антигерманскими текстами, однако наиболее эффектными были прямые сравнения французской марки с сеятельницей-Марианной (*La Semeuse*) и закованной в броню «Германией» — «вечной угрозой»<sup>43</sup>. Появление этих открыток стало непосредственным откликом на речь известного тогда романиста П. Эрвьё, про-

<sup>38</sup> Müller S.O. Die Nation als Waffe und Vorstellung: Nationalismus in Deutschland und Großbritannien im Ersten Weltkrieg. Göttingen, 2002, S. 113–124.

<sup>39</sup> Lipp A. Meinungslenkung im Krieg. Kriegserfahrungen deutscher Soldaten und ihre Deutung 1914–1918. Göttingen, 2003, S. 226–228.

<sup>40</sup> Примеры см. Медяков А.С. Указ. соч., т. IV, с. 239–240, IV/0706, IV/0707.

<sup>41</sup> См. <http://www.bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/displayimage.php?album-search&cat-0&pos-16> и др. примеры на этом сайте.

<sup>42</sup> Медяков А.С. Указ. соч., т. IV, с. 52, IV/0083.

<sup>43</sup> О национальной символике немецких и французских марок в целом см. *Chatriot A. Marianne et Germania. Les figures postales de la souveraineté en Allemagne et en France, 1870–1949. — Figurationen des Staates in Deutschland und Frankreich 1870–1945 (Les figures de l'état en Allemagne et en France)*. Hrsg. A. Chatriot, D. Gosewinkel. München, 2006, S. 277–294.

изнесенную в январе 1915 г. в Сорбонне<sup>44</sup>, в которой он сопоставил две нации через их «дух», отраженный в их собственных марках. Открытка под названием «Душа войны посредством открытки» воспроизводила обе марки в сопровождении цитат из речи Эрвьё, противопоставлявших открытую миру, сеющую «зерна цивилизации» Марианну и эгоистичную, вооруженную «Германию», даже материнская грудь которой закована в металл<sup>45</sup>. Но гораздо чаще открытки стран Антанты не предлагали потребителю столь глубоких смыслов, а старались задействовать его эмоции. В частности, на них доводился до гротеска столь почитаемый в Германии монументальный женский тип («смесь валькирии с коровой», по выражению Саши Черного). На таких открытках «Германия» предстает безобразной, отталкивающей – под стать ее делам – толстухой. Атрибуты только усиливают ее агрессивность: вместо короны у нее на голове почти всегда остроконечная каска<sup>46</sup>.

Возвращаясь к ситуации в самой Германии, нельзя не задаться вопросами: насколько востребованными были в годы войны предлагавшиеся аллегорические образы? Претерпели ли общественный спрос на «Германию» и она сама какую-либо эволюцию?

Тексты личных посланий практически никогда не перекликаются непосредственно с изображением, чему, по-видимому, препятствовал и сам полуофициальный характер фигуры «Германии» (в отличие, например, от гораздо более народного Михеля), а также высокая степень абстрактности трактуемых с ее помощью сюжетов. Об осознанности выбора таких открыток можно судить скорее по косвенным признакам. Так, например, вопрос воюющего во Франции немецкого солдата своей невесте, не хочет ли она иметь открытки с французскими видами, позволяет предположить, что едва ли бы он написал собирательнице на открытке со случайным сюжетом<sup>47</sup>. Главное же свидетельство – само огромное разнообразие открыток с изображением «Германии», только в настоящем исследовании их было задействовано 146, не считая довоенных. Очевидно, что речь идет не о маргинальной теме, коль скоро издатели предлагали рынку все новые и новые вариации. Как и в других случаях, именно специфика открытки в качестве товара массового потребления является важным индикатором востребованности предлагавшихся ею сюжетов, поскольку издатели ориентировались на существующий спрос.

Вместе с тем столь же очевидно, что со временем спрос на «Германию» начал падать. Хотя изученные открытки охватывают период с августа 1914 по январь 1918 г., пик их популярности приходится на первые два года войны. Значит, как в своей возвышенной, так и в приземленной ипостаси аллегория переставала отвечать запросам общества. Показательно, что еще в 1915 г. «Германия» активно использовалась для рекламы 4-го военного займа и от открыток с подобными сюжетами издатели ожидали прибыли, о чем свидетельствует рекламный анонс на обороте одной из них об условиях оптовых поставок<sup>48</sup>. Однако последующие займы, как правило, использовали уже иные символические фигуры и эстетику.

Менялась и сама «Германия». К концу войны от всесокрушающей валькирии не осталось и следа. Если она еще и появлялась на открытках, то обычно уже в иных ролях, отсылающих к трактовкам столетней давности. В то время как большую часть войны «Германия» провела, так сказать, на ногах – стоя, шагая, действуя, на открытке 1918 г., лишенная короны, она сидит в обрамлении текста о немецких успехах (количестве пленных и тоннаже потопленных судов), но в нем говорится уже не о «победе»,

<sup>44</sup> Les Annales politiques et littéraires, 1.III.1915, а также см. *Laurens P.* La figure officielle de la République française: monnaie et timbres. – La France démocratique (combats, mentalités, symboles). Mélanges offerts à Maurice Agulhon. Dir. Ch. Charle etc. Paris, 1998, p. 427.

<sup>45</sup> См. *Медяков А.С.* Указ. соч., т. IV, с. 401–402, IV/1233– IV/1238.

<sup>46</sup> Там же, с. 16, IV/0015; с. 398–399, IV/1222 – IV/1227; с. 419, V/1297.

<sup>47</sup> Там же, с. 52, IV/0084.

<sup>48</sup> Там же, т. III, с. 130, III/0363.

а о достойном мире. На обратной стороне приводятся не привычные строки «Германия, Германия превыше всего», а другая часть той же «Песни немцев» — о «единстве, праве и свободе». Вновь появляются, казалось бы, давно забытые мотивы слабости и унижения, как на открытке «Если мы проиграем», изображающей негра, который пашет на впряженных в плуг «германцах» на фоне нидервальдской «Германии»<sup>49</sup>. После войны и «версальского унижения» Германии эти мотивы становятся еще более явными. Гордая воительница исчезает, а ее место, как 100 лет назад, занимает страдающая, связанная, пассивная «Германия», ожидающая своего освободителя — героя-мужчину. Однако и такую «Германию» ожидала короткая жизнь.

«Германия» нидервальдского образца была слишком тесно связана с Германской империей, чтобы пережить ее падение. В эпоху национал-социализма «Германия» стремительно теряла значение в том числе потому, что ее естество девы-воительницы мало соответствовало культивируемому нацистской идеологией культу женщины-матери<sup>50</sup>. Едва ли не единственным ранним исключением являлись работы художника Фидуса (Хуго Хёппенера), отчасти предвосхитившего нацистскую эстетику. Еще в начале Первой мировой войны он написал картину «Германия 1914». Тогдашняя критика немедленно заметила, что «это произведение не имеет ничего общего с привычными, голубоглазыми и светловолосыми “Германиями”, которыми, особенно вновь с началом войны, нас одаряют отчасти чересчур немецкие и одновременно художественно усердные умы», рекомендуя распространение этого образа как раз посредством открытки — «самого действенного метода»<sup>51</sup>. В этой и последующих работах Фидуса тревожно смотрящая вдаль «Германия», лишенная какого-либо оружия и доспехов, предстает как некая метафизическая «праматерь» «нордическо-германской расы». Однако и этот вариант «Германии», как и классический имперский, не имел будущего<sup>52</sup>. Культ женщины-матери при национал-социализме подразумевал не аллегорическое или метафизическое, а сугубо биологическое, расовое наполнение. К тому же женские аллегории являлись несовместимыми с нацистской идеологией, выведившей женщину за пределы политической сферы. В итоге многовековая карьера «Германии» закончилась.

---

<sup>49</sup> Там же, т. IV, с. 230, IV/0676.

<sup>50</sup> *Gabriel J.* Op. cit., S. 78.

<sup>51</sup> *Fidus' Germania 1914.* — *Bühne und Welt*, 1915, № 17, S. 562.

<sup>52</sup> *Popp S.* Op. cit., S. 298–299.