

Братолобова Мария Викторовна

*кандидат исторических наук
Южный федеральный университет*

**ВИЗУАЛИЗАЦИЯ «ОБРАЗА ВРАГА» В ПЕРИОД ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ В
ДОНСКОЙ САТИРИЧЕСКОЙ ГРАФИКЕ**

Несмотря на обилие публикаций по истории Первой мировой войны, ряд сюжетов остается до сих пор недостаточно изученным. В их числе – военная визуальная сатира. Изучение визуальной сатиры как исторического источника является одной из задач современной науки. Военная карикатура – это одновременно и художественное произведение, и оружие борьбы, и «зеркало современности», и барометр общественного мнения, и эффективное средство его формирования. Если учесть массовое тиражирование произведений сатирической графики, их доступность и популярность, станет ясно, какое влияние творчество карикатуристов могло оказывать на общественные умонастроения россиян в начале XX века.

Карикатура относится к полупрофессиональному жанру (близкому к фольклору) и поэтому имеет гораздо большее влияние на обыкновенных людей, чем возвышенные идеи философов или даже литература, поскольку затрагивает не только сферу рационального мышления, но и воздействует на эмоции. Графическое изображение, особенно при многократном его повторении, легко остается в сознании. Все это делает военную карикатуру для историка не просто сопутствующим, иллюстративным материалом исследования (что в подавляющем числе случаев до сих пор наблюдается в историографии), но важным социокультурным феноменом, являющимся одновременно фактором общественного сознания определенной эпохи и своеобразным источником информации об изучаемом объекте или событии. Хотя нельзя не согласиться с теми исследователями, которые утверждают, что комплексное, многомерное и адекватное

представление о прошлом сатирическая графика способна дать не сама по себе, а лишь в сочетании с другими источниками.

Карикатура лишь недавно стала объектом исторических исследований. Обращение историков к теме визуальной сатиры – явление само по себе не частое, как правило, адресное¹. Изучению конкретных исторических периодов, в частности Первой мировой войны, сквозь зеркало политической карикатуры посвящены единичные труды².

В настоящей статье предпринята попытка проследить специфику визуализации «образа врага» сквозь зеркало военной политической карикатуры и охарактеризовать стратегию исключения «чужих» в донской периодической печати периода Первой мировой войны.

Визуальная сатира переживала в начале XX века свой расцвет. Чаще всего газетная карикатура была рассчитана на городские образованные слои, на ту часть либерального общества, которой было свойственно умеренное свободомыслие, не поднимавшееся до уровня партийных споров. При этом в сатирической графике проявились все ступени эскалации вражды – от «инога», «чужого» до «врага».

Важно учесть двойственную природу периодики. Она служила инструментом формирования общественного настроения и в то же время его индикатором. В 1914 году «европейская война», ее цели, ход, перспективы, противники и союзники России, с первого дня приковали к себе внимание деятелей газетного мира, равно как и читающей публики. Возрос читательский спрос на разнохарактерную информацию, связанную с войной, в первую очередь именно на ежедневную информацию. Поднялся интерес к периодической печати, а значит, возрастало ее

¹ Ватлин А.Ю., Малащенко Л.Н. История ВКП(б) в портретах и карикатурах ее вождей. М., 2007.

² Голиков А.Г., Рыбаченок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX–XX веков в политической карикатуре. М., 2010; Купцова И.В. Тема патриотизма в российской художественной культуре в годы Первой мировой войны // Границы: Альманах Центра этнических и национальных исследований ИвГУ. Иваново, 2008. Вып. 2; Лазари А. де, Рябов О.В., Жаковска М. «Русский медведь» в западноевропейской пропаганде Первой мировой войны // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. № 4; Оболенская С.В. Немецкий вопрос и представления в России о немцах в годы Первой мировой войны // Россия и Германия. М., 2001; Поршнева О.С. Внешний враг в сознании народных низов России в период Первой мировой войны // «Наши» и «чужие» в российском историческом сознании. Материалы междунар. науч. конф. СПб., 2001; Рябов О.В. Образ врага в гендерном дискурсе российской пропаганды периода Первой мировой войны // Vater Rhein und Mutter Wolga: Diskurse um Nation und Gender in Deutschland und Russland. / Hrsg. v. Cheaure E., Nohejl R. und Napp A. Würzburg: ERGON Verlag, 2005. (Identitaeten und Alteritaeten. Sbd. 20); Цыкалов Д.Е. Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 4. История. 2012. № 1(21); его же. Образ «русского медведя» в отечественной карикатуре периода Первой мировой войны (июль 1914 – февраль 1917) // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. № 4.

воздействие на «общественное мнение своей страны, союзных, нейтральных и враждебных государств». «Все силы» печати концентрировались «на главном направлении – формировании образа врага»³, который становится продуктом пропаганды. Последняя при помощи семантических, оптических и графических средств стремится к демонизации противника, для того чтобы (как правило) легитимировать собственное господство⁴.

Исследуя карикатурный «образ врага», мы будем подразумевать именно внешнего врага – Германию, Австро-Венгрию, Турцию, и, соответственно, немецких, австро-венгерских и турецких воинов. Для осмысления данного образа нами были проработаны донские общественно-политические издания, прежде всего «Приазовский край» и «Южный телеграф», которые и с содержательной точки зрения, и с изобразительной стороны являлись ведущими средствами массовой информации региона, публикующими качественную военную карикатуру.

Для визуальной сатиры рассматриваемого периода была характерна «фольклоризация», желание сделать создаваемую солидарность «всегда бывшей» и, следовательно, народной. Визуальным сообщениям приписывается каузальная связь с действительностью, и потому они играют решающую роль в визуализации «чужих» и «врагов». Карикатура, как и фотография, формирует образ «врага», но отличие карикатуры в том, что она предоставляет своему зрителю уже подготовленный образ, который поддерживает идентичность, доказывает собственное превосходство и тем самым способствует победе над врагом.

«Образ врага» формировался одновременно и «снизу», и «сверху», и в исторической памяти общества, и в идеологической политике властей. Представленные пропагандистские образы государств Четверного союза во многом были продолжением традиционных стереотипов, существовавших еще до начала войны: «Давние представления о Востоке как о чем-то экзотическом и как об объекте экспансии повлияли на образ глупого несчастного султана, живущего посреди фантастической роскоши. Образы слабой, разваливающейся империи, отражающие соперничество с Австрией, проецировались на фигуру старого и слабого Франца-Иосифа»⁵. Доминирующая роль Вильгельма в этом трио и его якобы сатанинский характер отражают восприятие русскими Германии как наиболее опасного врага, против которого должны быть направлены наибольшие усилия.

³ Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX в.: Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М., 2006. С. 63.

⁴ Buchbender O. Zentrum des Bösen. Zur Genesis national-sozialistischer Feindbilder // Wagenlehner G. Feindbild. Geschichte-Dokumentation-Problematik. Fr./M., 1989. S. 18.

⁵ Jahn H.F. Patriotic culture in Russia during World War I. Ithaca; L., 1995. P. 173.

Статьи и сообщения

Публичный дискурс в первый год военных действий преподносил воображаемую войну в ура-патриотическом ключе. Пропаганда стремилась навязать населению определенный заранее разработанный «образ чужого», однако оперировала чаще всего слишком абстрактными понятиями (славянство, честь России, слава русского оружия и т.п.). Образ немца как врага писался в годы Первой мировой войны отнюдь не с чистого листа, отражая определенные стереотипы восприятия.

В русском образованном обществе немец как обобщенный, традиционный образ довоенного периода имел в целом позитивный характер: учитель европейской мудрости, своего рода культуртрегер⁶. Германия длительное время была для России положительным культурным ориентиром, немецкая культура и немецкий язык имели высокую степень значимости для дореволюционной интеллигенции, и потому антигерманские карикатуры были в довоенный период в России большой редкостью. Даже в начале Первой мировой войны ситуация в России существенно не изменилась. Хотя на этом этапе Германия в донских карикатурах аллегорически изображалась в виде жадной до денег, с манией величия женщины, высмеивалась ее любовь к расчетной книжке, но никаких непосредственных целей демонизации здесь еще не наблюдается. Скорее мы видим не более чем стремление принизить противника и минимизировать его угрожающий потенциал.

Пожалуй, можно утверждать, что карикатуры начального периода войны еще не преследовали агитационных целей, не были направлены на создание наводящих ужас вражеских образов. Они хотели прежде всего выставить врага на посмешище и зачастую являлись для зрителя скорее объектом веселья, чем средством внушения ненависти.



Мечты и действительность
(Приазовский край. 1914. 3 сентября)

⁶ См. об этом подр.: Филиппова Т.А. «Враг с Востока». Образы и риторика вражды в русской сатирической журналистике начала XX века. М., 2012.

Статьи и сообщения

Только с середины 1915 г. на страницах донских газет и журналов немец появляется уже в несколько ином образе. Германия и ее союзники постепенно представлялись жестокими и коварными агрессорами, на которых целиком и полностью возлагалась ответственность за развязывание войны. Демонстрировалось (в том числе с использованием религиозных и квазирелигиозных образов и символов), что Россия сражается за «правду». Так, известный донской карикатурист А. Воронецкий в карикатуре «Голова Кайзера» изобразил Германию страшным врагом-чудовищем, внушающим ненависть и презрение. Хотя, на наш взгляд, дегуманизация врага в Первую мировую войну не достигла крайней степени. Визуальные оценки немцев хотя и были негативными, но «менее эмоционально окрашенными, более нейтральными, часто даже беззлобными и просто ироничными»⁷.

Изобразительная концепция карикатуры, сатирического прорисовывания определенных, «назначенных» характерными признаков противника включала и представление собственной (позитивной) стороны. По отношению к себе также часто устанавливалась юмористически действующая дистанция. Любопытно, что столь красочные и по-своему целостные образы враждебных наций не сопровождались таким же целостным образом самой России: «Русские имели достаточно ясное представление о том, против кого они воюют, но не о том, за кого или за что»⁸.

Как правило, в донской карикатуре участвовали два главных лица – «свой» (народный герой) и «чужой» (немец, австриец, турок). Немцам приписывались такие качества, как «трусость», «глупость», «заносчивость», «недалекость». В определениях, которые давались немцам вообще, заметно воспроизведение давних стереотипов. Часто повторяется слово «колбасники», подчеркивается приверженность деньгам, бездушие, нахальство и, наконец, неискоренимая



Голова кайзера. Рис. А. Воронецкого
(Приазовский край. Иллюстрированное приложение
к газете. 1915. 1 января)

⁷ Сенявская Е.С. Указ. соч. С. 105.

⁸ Jahn H.F. Op. cit. P. 229.

Статьи и сообщения

привычка пить пиво. Еще В. Розанов писал: «Символ немцев... пиво, а не виноградное вино, бочки пива, а не драгоценный фиал душистой влаги...»⁹ Русским, напротив, – такие лестные качества, как мощь, мужество и сила.

Основной мишенью для насмешек местных карикатуристов стал кайзер Вильгельм II. На него переносились все возможные негативные стереотипы. Образ Вильгельма включал традиционные русские клише о педантизме немцев, мелочности и ограниченности. В странах Антанты Вильгельма считали главным виновником конфликта, потому на многих местных карикатурах кайзер изображен мечтающим, подобно Наполеону, захватить весь мир. Образ Вильгельма-Наполеона был чрезвычайно популярен в донской прессе. На наш взгляд, власть через пропаганду попыталась подменить коммуникативную память о Первой мировой войне культурной памятью о войне 1812 г. Донская карикатура 1914–1917 гг. вслед за подобными произведениями визуальной культуры 1812 г. обращалась к теме борьбы за мировое господство, изображала немецких военных как убогих, калек или детей, часто обращались к таким сюжетам, как бегство Наполеона и отступление армии.

Если для простого народа годились подобные, довольно примитивизированные приемы пропаганды, то в других ее видах, предназначенных для более образованной публики, звучали и иные мотивы. Германия превратилась в оплот милитаризма, и в визуальной сатире появились сюжеты, характерные уже только для Первой мировой войны – карикатуры, изображающие сражения с использованием новой техники – аэропланов, дирижаблей, подводных лодок. Меняется отражение Германии, образ немецкого солдата эволюционирует от «чужого» до «врага».

Тело героя в карикатуре является антитезой «чуждости» и одновременно служит ключом для раскрытия его внутреннего мира. Карикатура не претендовала на документальную правдивость, ее не связывали узы «вероподобности». Единственное, чем руководствовались ее создатели, так это договором со зрителем, то есть требованием узнаваемости. В связи с этим внешность «врага» художники создавали не в соответствии с анатомическими атласами, а в опоре на современные им этнические стереотипы. Карикатуристы рисовали немцев неправдоподобно худыми, сутулыми, падающими или спотыкающимися, с выраженными феминными признаками. Феминность немецких солдат была усилена в карикатурах их бытованием в пространстве «женской жизни»: Вильгельм II зачастую изображен в образе женщины, посажен на бочку, его воины вместе со своими женами идут грабить русские села и деревни, сидят в избе, окруженные детьми и стариками. Визуальные проявления феминности должны были восприниматься зрителями как знак недееспособности врага, а также как отсутствие у него чести и достоинства.

⁹ Розанов В.В. Война 1914 г. и русское возрождение. Пг., 1915. С. 142-148.

Статьи и сообщения

Но не только стереотипы служили основой для визуального отчуждения и высмеивания противников. Навыки художников-физиономистов пригодились донским карикатуристам для изображения низменных чувств, исказивших лица врагов. Кроме того, они умело пользовались таким универсальным средством распознавания народа, как форма носа. Враги изображались с открытыми от изумления ртами (признаком глупости) и длинными «галльскими» носами (что, согласно руководству И.К. Лафатера, есть признак эгоизма, бесчестности, склонности к воровству и развращенности персонажа)¹⁰. Эффективность такой идентификации персонажа в отечественной карикатуре связана с традициями крестьянской смеховой культуры. Визуальная сатира дореволюционной России дает пример того, как стихия смеха в разные эпохи учитывала социальный заказ, отражала массовые представления о противнике и вписывалась



Рождественский выпуск. Рис. А. Воронцового.
(Приазовский край. Иллюстрированное приложение
к газете. 1914. 25 декабря)

в жесткие требования цензуры военного времени. Играя на исторических аллюзиях, карикатуристы изображали немца и турка с огромными отморозенными носами. Вероятно, в данном случае мы имеем дело не только с сохранением сюжетов и воспроизводством визуальных метафор, но и с учетом готовности зрителей к смеху.

Довольно часто для создания образа врага донские карикатуристы пользовались зооморфизмом. Противники наделялись «звериными» инстинктами и эмоциями, а «народные герои» демонстрировали разумную, то есть «человеческую», сдержанность и владение своими чувствами. Так, карикатуристам «Приазовского края» зооморфизм предоставил набор выразительных средств для приписывания внешнему врагу низменных культурно-психологических свойств. Характерный пример показывает рисунок под названием: «Перед западней», где враги нарисованы в образе ворон с человеческими лицами. «Образ врага» выполнял функцию антиобраза русского героя. Для донской карикатуры было характерно

¹⁰ Вишленкова Е. Визуальное народоведение империи, или «Увидеть русского дано не каждому». М., 2011. С. 186.

Статьи и сообщения

дихотомическое строение сюжета. Изображение немцев сопровождается такими коннотациями, как «тщеславие», «кичливость», «грабительство», «бесчеловечие». Публике было понятно, что все эти свойства представляют собой полную противоположность нравственным качествам соотечественника, ведь «наш человек» – скромный, добрый, мирный, человеческий.

Союзники Германии – Австро-Венгрия и Турция – воспринимались как второстепенные противники. В донской карикатуре одним из первых сложился «образ турка». В первую очередь, это представитель отживающей свой век Османской империи. На рисунках турок изображен в виде враждебного, но старчески слабого и немощного.



Турция готовится к войне с Россией
(В австро-венгерской ортопедической мастерской)
Рис. А. Воронцовского
(Приазовский край. 1914. 10 августа)

◀ Положение, при котором турок может стать страшным
(Приазовский край. 1916. 13 декабря)

Образ «больного человека» в целом соответствовал имеющемуся в то время в российской журналистике клише для обозначения Турции. В карикатурах «Горе султана», «К войне с Турцией», «В Месопотамии» изображена старая дряхлеющая Турция, которую немец целенаправленно натравливает на Россию. Известный донской художник А. Воронцовский в карикатуре «Турция готовится к войне с

Россией» рисует «сборку» турецкого воина в Австро-Венгерской ортопедической мастерской.

«Южный телеграф» изображал турка обманутой марионеткой, которой можно жонглировать. Читая визуальное послание, зритель понимал, что немец использует Турцию в своих собственных целях против России и славянства, руками «Востока» лукавый «Запад» стремится ослабить Россию. Турок в обобщенном визуальном образе – послушный инструмент в руках врагов с Запада. А значит – истинный враг не на Востоке. Можно согласиться с Т.А. Филипповой, которая в своих работах затрагивает тему «западно-восточного» провоцирования фобийности, утверждает, что визуальная сатира имела своей целью показать, что на Востоке лишь «инструменты» геополитики, которые использует опытный, хитрый, просвещенный прагматик – враг, который окопался на Западе¹¹.

Для донской визуальной сатиры была также характерна игра с возрастными отличиями. Через возраст трактовались те или иные особенности «чужого»: немец – ребенок-переросток, турок – старый султан. Надо сказать, что образ немца был весьма противоречивый: ребенок-переросток, уродливая женщина, пивная бочка и др. Здесь присутствуют и конфликт «мужского» и «женского» начал, и возрастные категории.

Донская политическая карикатура представляет собой лингвовизуальный феномен и является жанровой разновидностью креолизованного текста, фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой, речевой) и невербальной (принадлежащей к другим системам, нежели естественный язык)¹². В донской политической карикатуре рассматриваемого периода слово и рисунок – два равноправных вида знаков. Карикатуристы исходили из убеждения, что визуальное нуждается в вербальной поддержке, а вербальная коммуникация – в визуальном опосредовании. Потому в донских газетах можно наблюдать гибридную форму взаимодействия вербального и визуального, которая образует разнонаправленные векторы в идентификации.

Анализ визуальных источников позволяет сделать вывод о художественной примитивности «образа врага». Враг не должен был быть художественно привлекательным. Чем он хуже, тем большего эффекта, как предполагалось, добьется карикатурист.

Образ врага не был канонично закреплен в отечественной визуальной культуре. Донские художники буквально на ощупь создавали кальку для визуального «овражения» противников. При выявлении направленности риторик враждебности

¹¹ См.: Филиппова Т.А. Указ. соч.

¹² Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативные функции // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 6.

Статьи и сообщения

становится ясно, что за этими процессами стояло, с одной стороны, намеренное конструирование фобий, с другой – воспроизводились исторические стереотипы массового сознания. Стереотипы оказывали давление на отрефлексированный средствами сатиры «образ врага» военного времени.

Изучение карикатуры позволяет пролить свет на особенности военной пропаганды, способы конструирования «образа чужого» и функции «образа врага». Тема врага занимала значительное место в тогдашних донских газетных публикациях, попадая в центр особого внимания и критического осмысления. Визуальная сатирическая стихия смеха создавала яркие визуально-публицистические образы, позволяющие увидеть направления культурно-исторической рефлексии. Изучение военной карикатуры того времени позволяет заглянуть в зазеркалье сатиры «чужих» и понять, что не так со «своими».