

# КОНСТРУИРУЯ РЕАЛЬНОСТЬ

© А.С. Медяков

## “ЖЕЛЕЗНЫЕ СИМВОЛЫ ЖЕЛЕЗНОЙ ПОРЫ”: О ПРАКТИКЕ “НАГЕЛУНГА” В ГЕРМАНИИ И АВСТРО-ВЕНГРИИ В ГОДЫ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

*Ключевые слова:* Первая мировая война, Германия, Австро-Венгрия, пропаганда, благотворительность, “нагелунг”, национальные символы, национальная идентичность, открытки

В годы Первой мировой войны практика “нагелунга” (“гвозжения”) различных национальных и военных символов в Германии и Австро-Венгрии являлась формой благотворительности и социальной поддержки, воздействовавшей на население интегрирующим и мобилизирующим образом. Связанная с этой практикой символика, а также действия и ритуалы служили подтверждением коллективной идентичности. Будучи по происхождению гражданскими инициативами, “нагелунги” активно поощрялись властями как в пропагандистских целях, так и по практическим соображениям. Каждый артефакт служил не только текущим интересам, но и представлял собой попытку сознательного воздействия на культуру памяти. Затянувшаяся война исчерпала материальные и моральные ресурсы общества и привела к фактическому прекращению практики “нагелунга”.

**DOI:** 10.31857/S086954150001479-6

Первая мировая война была жесточайшим испытанием общества на прочность. Она непосильным бременем ложилась на экономику, ослабляла привычные связи, разлучала семьи. В обществе резко возросла численность уязвимых групп — вдов, сирот, инвалидов, беженцев, что влекло за собой огромную нагрузку на традиционные институты социальной защиты, которые не были рассчитаны на столь сильные потрясения. Помимо того, изменившие привычную уличную картину калеки и женщины в черном со всей возможной наглядностью демонстрировали чрезвычайно высокую цену этой войны, в который раз заставляя задуматься о ее смысле и целях. Усталость, накопившаяся в обществе за годы войны, могла дестабилизировать “гражданский мир”, который во всех воюющих странах был провозглашен в ее начале и действительно на первых порах приветствовался населением. На вызовы военного времени, ставившие под угрозу общественное единение, в разных государствах отвечали по-разному. В Германии же и в Австро-Венгрии трещины, намечившиеся в обществе, постарались скрепить весьма необычным образом — гвоздями.

---

Александр Сергеевич Медяков | <http://orcid.org/0000-0003-0187-6437> | [alexandr.medyakov@yandex.ru](mailto:alexandr.medyakov@yandex.ru) | к.и.н., доцент | МГУ им. М.В. Ломоносова (Ленинские горы 1, Москва, 119991. Россия)

---

*Этнографическое обозрение.* 2018. № 5. С. 108–127. <https://doi.org/10.31857/S086954150001479-6>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

ISSN 0869-5415 | Индекс 70845 | <http://journal.iea.ras.ru>

Настоящая статья посвящена изучению специфической социальной практики так называемого “нагелунга” (от нем. Nagel – гвоздь), буквально – “гвозжения”. Она подразумевала приобретение отдельным человеком или организацией предназначенных для этого гвоздей с целью последующего вбивания их в какой-либо национальный символ, специально сделанный из дерева; доход от продажи гвоздей шел на благотворительные нужды. Таким образом деревянный символ превращался в “железный”, что, разумеется, открывало широкое поле для разного рода идеологических трактовок. В целом речь шла не просто о благотворительной акции, а о комплексном явлении военной повседневности, оказывавшем мобилизирующее и интегрирующее воздействие на население. Совместное действие, в котором принимали участие все слои населения, ритуально насыщенное и сопровождавшееся самыми разными отсылками, имевшими национальный и патриотический смысл, представляло собой деятельную форму солидарности и сплочения. Сам акт “гвозжения” демонстрировал всем “железную” прочность немецкого и австрийского общества. Кроме того, речь шла также о мемориализации, о воздействии на культуру памяти, поскольку каждый из этих символов был предназначен для того, чтобы превратиться в обретший железную оболочку памятник, трактующий прошлое для последующих поколений.

В фокус внимания историков “нагелунг” попал лишь на рубеже XX–XXI вв. (см.: *Diers* 1993; *Schneider* 1999; *Vehtel* 2000; *Brandt* 2004; *Munzel-Everling* 2008). Несмотря на постепенно растущее число исследований, некоторые аспекты этой темы остаются малоизученными. В частности, авторы нередко ограничиваются общим указанием на то, что подвергаемые “гвозжению” объекты имели символический характер. Между тем представляется необходимым рассматривать собственно содержательную сторону этих символов, а также те конкретные смыслы, которыми они наделялись, в частности, в речах и высказываниях при самом акте “нагелунга”, а также в трактовках прессы. Незаслуженно мало внимания уделяется ритуальной стороне “гвозжения”, в то время как именно в ритуалах путем соединения символически-речевого, телесно-культурного и эстетического компонентов инсценировалось единство национального сообщества (Вульф 2008: 152, 165–166) и компенсировались потери, нанесенные его идентичности деструктивным воздействием войны. Как правило, за кадром остается и проблема общественной и частной рецепции этих памятников.

Изучению всех вышеперечисленных аспектов “нагелунга” и посвящена эта статья. Особое внимание в ней будет уделено почтовым открыткам – источнику, который обычно остается вне поля зрения исследователей данной темы<sup>1</sup>. Между тем открытки являлись неотъемлемой принадлежностью феномена – они были частью связанных с “гвозжением” праздников и ритуалов, нередко выступали свидетельством самой покупки гвоздя, рекламировали предлагавшиеся к реализации модели “нагелунга”, многотысячными тиражами распространяли информацию о локальных памятниках по всей стране. Наконец, открытки оседали в альбомах, служа напоминанием, а иногда и единственным свидетельством существования этого удивительного феномена Первой мировой войны – ведь, вопреки надеждам и замыслам современников, век большинства из этих памятников оказался совсем недолгим.

\* \* \*

Начиная с 1915 г. на территории Германии и Австро-Венгрии возникло множество артефактов, связанных с “гвозжением”, охватить которые в рамках одной статьи не представляется возможным. Поэтому в дальнейшем речь пойдет о трех примерах “нагелунга” – венском “Воине в железе”, сооружение которого послужило

исходным пунктом и образцом для всех подобных действий, гамбургском “Михеле” как типичном примере акции локального характера, а также о берлинском “Железном Гинденбурге” – самом крупном проекте такого рода, претендовавшем на общенациональный масштаб.

Итак, начало было положено в Вене (см. об австрийских случаях “нагелунга” подробнее: *Densford* 2017). Толчком для возникновения столь своеобразной идеи стало наличие здесь знаменитой “венской палки в железе” – куска дерева, в который, по преданию, странствующие ремесленники с давних пор вбивали гвозди, чтобы им сопутствовала удача в дороге – либо в качестве “выражения их ремесленной гордости” (см.: *Zur Nagel-Symbolik* 1915; *Der Wehrmann* 1915). В феврале 1915 г. комитет венского “Фонда помощи вдовам и сиротам вооруженных сил” принял решение продолжить эту традицию, наполнив ее новым содержанием, а именно – превратить “нагелунг” в акт благотворительности и солидарности. С этой целью профессор Й. Мюллернер создал деревянную статую средневекового рыцаря, одетого в броню, с закрытым забралом и с мечом в руках – “Воина в железе”. Торжественное открытие памятника состоялось 6 марта 1915 г.

Уже этот первый случай “нагелунга” содержал в себе многие черты последующих обращений к подобной практике, касалось ли это выбора места действия, сценария церемонии открытия, символики и ритуалов, дополнительных и вспомогательных акций, трактовок в прессе и на визуальных носителях.

Статуя была установлена на Шварценбергплатц, той площади, на которой сейчас возвышается совсем другой “воин в железе” – памятник советскому воину-освободителю. Однако сама площадь изначально была посвящена славе австрийского оружия: здесь располагается памятник Карлу Шварценбергу, командовавшему соединенными силами союзников в знаменитой “Битве народов” 1813 г., а за год до войны проходили торжественные мероприятия, посвященные событиям столетней давности. Поместив “Воина в железе” рядом с конной статуей полководца, организаторы создавали прямую зрительную связь текущей войны с победами прошлого.

Сценарий праздника в честь открытия статуи, который предусматривал торжественный въезд почетных гостей, изобилие военной и национальной атрибутики, исполнение гимнов и патриотических песен, предвосхитил многие последующие случаи. Как и в дальнейшем, право вбить первый гвоздь было дано высокопоставленной особе – представлявшему императора эрцгерцогу Леопольду Сальватору; перед процедурой он заявил, что делает это от имени и по поручению императора. Практика произнесения патриотических лозунгов и кратких комментариев перед забиванием гвоздя также впоследствии получила широкое распространение.

Если в большинстве последующих локальных “нагелунгов” символ гвоздя как знака связи, соединения проецировался на внутреннее единство, то первое венское “гвозжение” распространяло ту же идею и вовне, подразумевая союзническую верность. После того, как эрцгерцог под звуки гимна, исполнявшего знаменитым венским мужским хором, вбил первый золотой гвоздь, такие же гвозди под аккомпанемент своих национальных гимнов забили послы Германии и Османской империи. “Сияя, выделяются на черной фигуре эти три золотых гвоздя, три сияющих точки, которые и спустя много дней будут напоминать зрителю об образце союзнической дружбы – сильной, как сталь и верной, как золото”, – так комментировал смысл произошедшего наблюдавший церемонию корреспондент (*Der Wehrmann* 1915).

Какое главное послание нес “Воин в железе”? Задумавшись над этим вопросом, тот же автор на первое место, даже прежде собственно благотворительных целей, поставил интегрирующую функцию: “это знак гордости – быть в это великое время австрийцем, это выражение чувства сопринадлежности” (*Ibid.*). Объясняя читате-

лям смысл новой и необычной практики, газеты нередко пускались в исторические и этнографические экскурсии. Так, указывалось, что еще в Древнем Риме по особым поводам вбивали гвоздь в стену храма; древние германцы забивали гвоздь как приношение Вотану, в качестве клятвы верности и просьбы о помощи; в христианстве культ гвоздя связан с муками Христа и является атрибутом многих святых. Кроме того, приводился список народных поверий, в которых так или иначе фигурировал гвоздь: следует брать гвозди в лес, чтобы не заблудиться, вбивать их в дерево против воров и болезней и т.д. В любом случае “гвоздь служит связыванию, приданию прочности, взаимопроникновению” (Zur Nagel-Symbolik 1915).

Практически все случаи “нагелунга” не ограничивались лишь собственно торжественным открытием памятников, последующим вбиванием гвоздей и разного рода патриотическими акциями. Организаторы стремились как можно больше расширить “радиус действия” каждого из таких памятников, получивших общее название “знаков войны” (*Kriegswahrzeichen*), путем продажи различных сувениров, медалей, открыток – чтобы увеличить доход от акции. Специфика же первого венского “нагелунга” состояла в том, что в дополнение и одновременно с установкой и “гвозжеванием” памятника стартовала широкомасштабная и долгосрочная кампания “Счастливого гвоздя для сироты” (*Waisen-Glücksnagel*). В рамках этой кампании желающие в благотворительных целях приобретали декоративный гвоздик с выгравированным на его шляпке изображением “Воина в железе”, предназначенный служить повседневным украшением. Иными словами, если в других случаях купленный сувенир переключивался из публичной сферы в частную, то “счастливого гвоздя” оставался в первой, публично демонстрировался, служа зримым свидетельством принадлежности носителей к одному и тому же патриотическому национальному сообществу. При этом учитывались и специфика Вены как одной из столиц европейской моды, и народные традиции. Так, накануне акции газета “Фолькс-Цайтунг” писала, что, помимо желания помочь детям, венцы будут покупать гвоздики еще по двум причинам – поскольку, по народным поверьям, ношение гвоздя приносит счастье и поскольку он может служить украшением в качестве подвески, броши, заколки для галстука (см. “*Volks-Zeitung*”. 2.03.1915). Уже спустя неделю после начала продажи “счастливых гвоздей” газеты сообщали, что успех превзошел любые ожидания: все слои населения стремятся приобрести хотя бы один гвоздь. Также пресса отмечала, что повсюду можно видеть элегантных дам и господ, для которых он является украшением гардероба (см. в газете “*Fremden-Blatt*”. 14.03.1915). Даже в начале 1916 г. организаторы информировали, что кампания “счастливого гвоздя” еще не окончена и служит ежедневному пополнению их благотворительного фонда (см. в газете “*Neue Freie Presse*”. 11.01.1916).

Во всех акциях такого рода были самым широким образом задействованы открытки. Они приносили доход благотворительному фонду; в частности, их с успехом продавали вместе со “счастливыми гвоздями” по 1 кроне и 10 геллеров соответственно (см. в газете “*Illustrierte Kronen-Zeitung*”. 27.03.1915). Также открытки выполняли рекламную функцию. Некоторые из них с изображением “Воина в железе” имели на обратной стороне довольно пространственный текст, излагавший аргументы в пользу участия в “гвозжении”: помощь вдовам и сиротам, создание памятника для грядущих поколений, увековечивание собственного имени как для семейной (путем получения свидетельства об участии в “нагелунге”), так и для городской истории (каждый вбивший гвоздь заносился в специальные книги памяти города Вены). Другие – как, например, приведенная здесь официальная открытка “Фонда помощи вдовам и сиротам” (рис. 1), приглашали присоединиться к акции “счастливого гвоздя”, заявляя, что его “должен носить каждый патриот”. Как свидетельствуют личные тексты на



Рис. 1. “Счастливы гвоздь для сироты” (официальная открытка, выпущенная в пользу Фонда вдов и сирот Вооруженных сил)

открытках, мотивом их покупки служили не только собственно благотворительные побуждения, но и типичная для открытки практика — отмечать собственную связь с каким-либо событием, явлением, достопримечательностью. Иногда авторы сообщали о собственном участии в “гвозжении”, иногда — о появлении в данной местности новой достопримечательности, собственного “знака войны”.

Небывалый успех, сопутствовавший венскому “Воину в железе” (было забито около полумиллиона гвоздей — статуя в прямом смысле превратилась в “железную”), способствовал тому, что эта практика охватила не только Австро-Венгрию, но и перекинулась в Германию, где приобрела еще больший масштаб. Однако первые акции подобного рода состоялись еще до того, как успех этого предприятия стал очевиден. Уже в апреле 1915 г. в Дармштате прошло первое в Германской империи торжественное “гвозжение”. Как правило, в обеих странах такие инициативы исходили от различных общественных и благотворительных организаций, но всемерно поддерживались властями. В итоге “нагелунги” стали распространяться с быстротой лесного пожара, охватив не только сотни немецких и австрийских городов и местечек, но и контролировавшиеся немецкими войсками местности в Бельгии, Франции и Польше, а также Константинополь — столицу союзной Османской империи. “Гвозжения” были устроены силами местных немецких общин даже в США, а именно в Балтиморе и Сан-Франциско (*Munzel-Everling* 2008: 3–4). В распоряжении автора настоящей статьи есть уникальный документ о пожертвовании денег для “гвозжения” “Железного кулака” одним из членов созданного в 1916 г. “Германского союза Южной Америки”, что, возможно, является свидетельством распространения этой практики и в далекой Бразилии.

Подвергаемые “гвозжению” “знаки войны” имели самые разные виды и размеры: различные щиты, колонны, гербы городов, цветы, изображения животных, в том числе геральдических, оружие и техника (самолеты, подводные лодки, пушки, гранаты, пулеметы), рыцари и солдаты. Обширным был список задействованных в этой практике скульптурных изображений исторических и легендарных личностей: от

героя саг Зигфрида до Карла Великого, от Генриха Льва до святого Георгия (Ibid.). Вне конкуренции оказалась главная боевая награда времен войны и одновременно богатый традициями национальный символ – Железный крест, что объяснялось как относительной простотой исполнения этого “знака войны” (как правило, создание таких памятников поручалось местным художникам и мастерам), так и самим его названием, буквально призывающим сделать его действительно “железным”.

Привлекательность “нагелунга” объяснялась многими обстоятельствами. Определенную роль здесь играла сама отсылка к железу. В проникнутой военным духом Германской империи разнообразные “железные” предикаты и метафорика приобрели популярность задолго до войны. Сама империя была создана “железом и кровью”, ее творцом являлся “железный канцлер”, часто изображавшийся в облике кузнеца; со времен знаменитой речи Вильгельма II 1897 г. представление о “бронированном кулаке” стало составной частью образа Германии как среди самих немцев, так и за пределами страны. (Goebel 2009: 81). Вот как описывал, например, типичные разговоры в немецких пивных русский современник: «От побед и истреблений речи переходят к великому канцлеру и иным железным слесарям и кузнецам германского единства. К этому потоку победоносного одушевления присоединяется далее “немецкая верность”, “немецкая семья” и “немецкая культура”, которые должны неукословно процветать под кровом “немецкого железного кулака”» (Реус 1903: 150). Железо синтезировало модернизм с архаикой: оно одновременно являлось как символом индустриализации и современной Германии, так и отсылкой к эпохе Средневековья (Goebel 2009: 81). На рубеже веков рыцарские образы начали применяться особенно широко, в том числе для изображения знаменитых современников, например, Бисмарка (Galle 2002: 136).

С началом войны спрос на “железные” метафоры ожидаемо резко возрос, охватывая широкий спектр применения: от оружия до моральных качеств. “Железный воин есть символ нашей народной силы, зримый знак нашей стальной воли повергнуть всех врагов, стоящих на нашем пути”, – так трактовала “Воина в железе” одна из венских газет (Des ehernen Wehrmannes 1915). Присущая железу твердость стала особенно востребованной по мере затягивания войны, когда главным смыслом пропагандистских лозунгов и самой жизни оказалось короткое слово: “держаться!”, пришедшее на смену призывам к победе. Это означало быть “твердым”, “не размякать” – и едва что-либо демонстрировало подобный настрой нагляднее, чем “гвозжение”.

Популярность “нагелунга” объяснялась еще и некоторыми психологическими обстоятельствами. События яркие, необычные, предполагавшие личное деятельное участие, “гвозжения” представляли собой, помимо прочего, своего рода разрядку, кратковременный выход из безрадостной повседневной военной рутины. Кроме того, они оказывались своеобразной компенсацией за разочарование, принесенное тем новым обликом, который приняла война. Индустриализированное массовое убийство, анонимная смерть в окопе – это было совсем не то, чего ожидали в 1914 г. европейские общества, воспитанные на ярких, героических образах прошлых войн. “Что за замечательный кусок романтики принесен в жизнь! Ведь рыцари давно уже вышли из употребления и плохо согласуются с тяжелыми гаубицами и окопами”, – писала о “Воине в железе” одна из газет (Ein Wahrzeichen 1915).

Однако главными мотивами сооружения “знаков войны” оставались, как уже отмечалось, практическая польза, а также мобилизация и интеграция. Участие в такого рода акциях делало коллективную идентичность зримой и даже осязаемой. Этот эффект усиливался, если речь шла не о каких-либо частных символах, а о фигурах, воплощающих немецкую нацию как таковую, т.е. фактически – о теле нации, и вби-

тый гвоздь превращал человека в его часть. Такими символическими фигурами являлись, в частности, архангел Михаил и фельдмаршал Гинденбург.

\* \* \*

В Гамбурге специальный общественный комитет летом 1915 г. принял решение “гвоздить” статую архангела Михаила. За этим стоял весьма сложный комплекс причин.

Архангел Михаил издавна считался покровителем Германии, под его стягом немецкие войска сражались еще во времена Средневековья. Однако решающие перемены в его образе произошли в XIX в.: небесный ангел превратился в немецкую национальную фигуру (*Galle* 202: 129). Процесс трансформации образа архангела Михаила ускорился после основания в 1871 г. Германской империи, когда потребность в консолидации внутри вновь созданного государства была особенно велика: нация должна была быть персонифицирована в конкретном облике, героизирована и даже обожествлена – и достичь этого можно было путем профанизации фигуры святого. Изменения затронули и иконографию – из ангела Михаил постепенно превращается в мужественного воина в латах, а борьба против зла смещается с духовного на телесный уровень. Одним из атрибутов, появившихся у архангела Михаила в процессе его перевоплощения в “прусско-немецкого бога войны”, был Железный крест (*Fliege* 2006: 177–178), который начали изображать на его панцире. Подобные трактовки, позволявшие представить войну с немецкой стороны как богоугодное дело и ощутить поддержку “союзника на небе”, стали особенно востребованными с началом Первой мировой войны.

Наряду с вышеописанной традицией существовала и иная, связывающая эту национальную фигуру с другой – немецким Михелем, известным с XVI в. персонажем, который изначально предстал в образе необразованного крестьянина, но в XIX в. приобрел значение национального символа (см. о нем: *Grote* 1967; *Szarota* 1998). Главной чертой образа Михеля была метафора “сна” и “пробуждения”: флегматичный простодушный увалень в действительности обладает потенциалом огромной силы: он способен к “пробуждению” и свершению великих дел. На протяжении всех лет войны в публицистике широко использовался тезис о “превращении” Михеля в Михаила, его “возрождении” в архангеле. Например, в рецензии на “Книгу Михаила” публициста Г. Рейха, в которой текущая история Германии давалась в сопоставлении с библейской, говорилось, что книга “посвящена нации, немецкому Михелю, презираемому, высмеиваемому и непонятому, который в этой войне должен возвыситься до величественного Михаила” (см. в газете “*Berliner Börsenzeitung*”. 17.12. 1915).

Наконец, определенное значение имел и локальный контекст данного конкретного “гвозжения”, а именно наличие в Гамбурге лютеранской церкви Св. Михаила – любимого горожанами “Михеля”, одного из символов города. Культ архангела Михаила был, таким образом, близок местным жителям; привычным для них являлось и простонародное переименование его имени. Нужно также отметить, что именно в протестантской Германии образ архангела толковался в воинственном и националистическом ключе (*Fliege* 2006: 181).

Все описанные выше трактовки и влияния были весьма ощутимы в гамбургском “гвозжении”. Как и в некоторых других случаях, определенным символическим значением наделялся уже сам материал – сорт дерева, из которого делалась статуя. Если венский “Воин в железе” был выточен из липы – “некогда священной для немцев, потом превратившейся в семейное дерево, воспетое немецкими поэтами” (*Ein*

Wahrzeichen 1915), то в Гамбурге один из жителей пожертвовал для этих целей ствол грушевого дерева, “выращенного на немецкой земле, в Камеруне” (Der Eiserner Michael 1915). Если первый материал подчеркивал “немецкость” и “народность” сооруженного памятника, то второй напоминал о целях Германии в войне — о защите ее мирового значения, праве на “мировую политику”, что приобретало особенное звучание именно в приморском Гамбурге — городе, тесно связанном с германскими колониями, в том числе с Камеруном.

Памятник, выполненный в виде статуи по проекту художника А. Клинга, изображал архангела Михаила “как богатыря с крыльями, щитом и пламенеющим мечом”, поставившего ногу на четырехглавого дракона — Антанту. Смысл композиции объяснили следующим образом: поскольку Св. Михаил является победителем дракона, победителем Зла, он “может также считаться символом могучего рейха, борющегося против своих врагов” (Ibid.).

2 августа 1915 г. состоялось открытие памятника, показательное с точки зрения тех церемоний и ритуалов, которые сопровождали в Германии подобные события, — в частности, роли различных ферейнов — самостоятельных общественных объединений, в огромном изобилии видов традиционно существовавших в немецких землях. Само празднество началось с марша 40 военных ферейнов с их знаменами и военным оркестром. Тон торжественным речам задал главный пастор Гамбурга, использовавший как упоминавшийся выше тезис Михеля-Михаила, так и популярные “железные метафоры”: “Немецкий Михель стал Михаилом — вот он стоит, великолепный символ немецкого геройства, геройства, которое не только полно внешней силой, но и пылает внутренним воодушевлением <...> Железно наше время, железна наша воля, железна наша сила и железна наша вера” (Die Enthüllung 1915). Открывавшие церемонию “нагелунга” почетные участники, начиная с бургомистра, по традиции сопровождали свои действия краткими патриотическими высказываниями: “на зло врагам, на благо друзьям”, “держаться” и т.д.

Как и в случае венского “гвозжения”, газеты обращали особое внимание на символическое значение памятника с точки зрения демонстрации внутреннего единства, особенно останавливаясь на том главном разделении, которое испытывало общество — между фронтом и тылом. Ораторы также подчеркивали, что вбивание каждого гвоздя — это помощь солдату на фронте, обещание не забыть о нем и его близких, в том числе и в случае, если он попадет в плен. Это единство “домашнего фронта” с фронтом настоящим демонстрировалось и символическими действиями — некоторые женщины, купив гвозди, просили помощи в забивании у солдат — инвалидов или находившихся в отпуске (Ibid.).

Заявив о себе уже на церемонии открытия, при дальнейших “гвозжениях” ферейны безусловно вышли на первый план. В конце августа того же года газеты сообщали, что помимо наиболее крупных объединений — гимнастов, стрелков, певцов, пловцов — в “гвозжении” приняли участие еще 120 ферейнов, собрав в общей сложности 10 тыс. марок. Торжественные церемонии марша участников ферейнов к памятнику проходили по воскресеньям; был даже составлен соответствующий график. Так, 5 сентября отводилось военным ферейнам, 12 сентября — молодежным и спортивным и т.д. (см. в газете “Hamburger Correspondent”. 31.08.1915). 4 октября настал черед ферейнов промышленников, земельных собственников, разного рода профессиональных и гражданских объединений. Торжественным маршем под знаменами они прошли от ратуши к улице Юнгфернштайн, где находился памятник. В речах собравшихся звучала чрезвычайно важная для внутреннего состояния немецкого общества ссылка на так называемое “августовское переживание” (*Augusterlebnis*) или “дух 1914 г.” — чувство полного национального единения, особенно остро и эмоци-

онально пережитое в начале войны (Шенк 2012). Во всем ее дальнейшем течении, на фоне нараставшей усталости пропагандисты и просто патриотически настроенные граждане, как и в данном случае, не переставали ссылаться на “августовское переживание” как на некий идеальный образ внутреннего единства и своеобразное эмоциональное обещание его хранить. Вновь звучала тема Михеля-Михаила: “Немецкий Михель в своей силе вырос до гигантского облика Михаила – вот мысль, которая вела создателя этого памятника в эту небывалую еще эпоху” (Gemeinsame Nagelung 1915). Перед вколачиванием гвоздя представитель каждого из 70-ти ферейнов, принимавших участие в ритуале, по традиции произносил патриотическую тираду; члены литературных и журналистских объединений декламировали специально сочиненные по этому случаю стихи (“Немецкий Михель не заснул” и т.д.). Газеты воспроизводили десятки подобных высказываний с точным указанием названия ферейна и имени произносившего (Ibid.).

Открытки и здесь служили агитации в пользу “нагелунга”, а также распространению информации о нем в других регионах. Насколько можно судить, большинство таких открыток были местного производства и отправлялись из Гамбурга и окрестностей – например, приведенная ниже (рис. 2), датированная 28 августа 1915 г., в самый разгар “нагелунга”. Содержащиеся в тексте приветствия “отсюда” говорят о том, что



Рис. 2. Гамбургский “Железный Михаил” (открытка)

открытка, как случилось чаще всего, использовалась в качестве свидетельства личной приобщенности к местной достопримечательности. Некоторые открытки помогали более детально проинформировать население о памятнике и возможностях “нагелунга”. В целом практика “гвозжения” в Германии имела более дифференцированный характер, чем в Австрии, с точки зрения материальных возможностей разных слоев населения: если в Вене и богатые, и бедные вколачивали только железные гвозди, то в Германии во многих местах существовало разделение на “золотые”, “серебряные” и “железные” гвозди; цена также могла варьироваться в зависимости от места на статусе, куда они вбивались. Такой же дифференцированностью отличался и гамбургский “Железный Михель”, причем некоторые открытки давали подробную информацию о своеобразном патриотическом прейскуранте, что позволяло участнику сориентироваться заранее: большой золотой гвоздь в пояс архангела — 1000 марок, средний и малый золотые гвозди в щит — 100 и 10 марок соответственно, обычные гвозди — от 1 до 3 марок в зависимости от их предназначения: для крыльев и кольчуги архангела либо попираемого им дракона.

В целом “Железный Михель”, как и абсолютное большинство других случаев “нагелунга”, сохранил локальный характер и не нашел сколько-нибудь широкого отражения в общенациональной прессе. По-настоящему же громкую славу, причем не только в Германии, но и за ее пределами, получил самый крупный монумент такого рода — берлинский “Железный Гинденбург”.

\* \* \*

В качестве объекта “нагелунга” в один ряд с Железными крестами и аллегориями фельдмаршал Гинденбург попал совсем не случайно. Наиболее частой причиной превращения реальных исторических личностей в символические и мифические исследователи называют наличие соответствующей потребности у немецкого общества, объединенного в 1871 г. в рамках единого государства, но характеризовавшегося глубокими социокультурными различиями и конфликтами (Hoegen 2007: 54–58). Эту потребность в интеграции абстрактные символы и национальные фигуры — аллегорическая “Германия”, тот же Михель-Михаил — покрывали лишь отчасти. Они могли придать нации, “воображаемому сообществу”, зримый облик, с помощью различных атрибутов наделить ее определенным набором качеств — но не покидали мир абстракций, были бесполезны для реалий дня сегодняшнего, не могли помочь или спасти. Как выразился известный немецкий историк Ф. Мейнеке в своей речи, произнесенной за год до войны: “Мы не удовлетворяемся сознанием, что наша нация есть большая духовная собирательная личность, а желаем вождя для нее, за которого бы мы могли идти сквозь огонь” (Hoegen 2007: 58).

В роли такого вождя отчасти выступал Бисмарк, мифологизированный, но все же не абстрактный, в том числе с помощью открыток превратившийся в символ созданной им империи (Медяков 2017). Начавшуюся войну в Германии часто трактовали как “войну за дело Бисмарка”; его образ в самых разных контекстах широко использовался пропагандой, особенно на первых порах. Однако “железный канцлер”, скончавшийся в 1898 г., так же, как и аллегорические символы, уже не мог помочь своей империи реальным делом, в то время как потребность в этом в условиях военных невзгод была особенно велика. В результате уже существующие мифические структуры начали наполняться новым содержанием, миф Бисмарка начал репродуцироваться в мифе Гинденбурга, и на место “железного канцлера” вступил “железный полководец” (Wülfing, Bruns, Parr 1991: 181–199). В различных визуальных медиумах подобная метаморфоза передавалась всевозможными способами — Гин-

денбург надевал фартук Бисмарка как “кузнеца империи”, примерял его знаменитые кирасирские сапоги, становился новым “мужем” аллегорической “Германии”. К Бисмарку отсылала и созданная для “гвозжения” гигантская деревянная статуя Гинденбурга.

Как и в случае с венским “Воином в железе”, символическое значение имело уже само топографическое расположение памятника. Он был воздвигнут на Кёнигсплатц в самом центре Берлина, рядом с тремя значимыми сооружениями — зданием рейхстага, посвященной войнам за объединение Германии “колонной Победы” и “национальным памятником” Бисмарку. Но, конечно, не к парламентаризму, а к двум последним монументам “немецкой славы” апеллировали в своих трактовках местоположения памятника ораторы и газеты. Особенно частым были отсылки к бронзовому Бисмарку, “смотрящему” на облакавшегося в железную оболочку Гинденбурга. Об этом, например, говорил в речи на открытии памятника канцлер Бетман-Гольвег (см. в газете “*Berliner Börsenzeitung*”. 4.09.1915).

Символическое значение имела и та поза, в которой скульптор Г. Маршалл запечатлел Гинденбурга — это была монументальная “поза Роланда”. Роланд, знаменитый герой средневековых легенд, позже стал символом защиты вольностей германских городов и, шире, охранителем свободы и права. Поза Роланда (он стоит, опираясь руками на меч) была придана Бисмарку в его гамбургском памятнике 1906 г. (см. *Goebel* 2007: 104–110), и именно такой образ “железного канцлера” закрепился, как утверждается, в сознании немцев (*Zechlin* 1965). Для современников связь двух “Роландов” являлась очевидной. Вот как, например, описывал памятник Гинденбургу берлинский корреспондент: «он возвышается подобно деревянному Роланду и своей торжественной фигурой бдящего Роланда напоминает каменного Роланда в гавани Гамбурга — Бисмарка. Голова Гинденбурга столь же исполнена силой и мощная, как у основателя империи. “Да это же он!”, — кричит уже издалека бедная женщина из народа, которая тоже хочет “заколотить” свой шерфчик (шерф. — монета в полпфеннига. — *А.М.*)» (см. в газете “*Berliner Börsenzeitung*”. 7.09.1915).

Вместе с тем при сохранении ряда функций, характерных для мифа Бисмарка, в мифе Гинденбурга модифицировался один важный элемент — трактовка победы. Победы Бисмарка в свое время были одержаны на Западе, что затрудняло апелляцию к ним на фоне реалий окопного тупика на Западном фронте в ходе текущей войны; Гинденбург же был успешен на Востоке (*Wülfing, Bruns, Parr* 1991: 197). Именно там была одержана идеологически главная немецкая победа времен Первой мировой войны — сражение при Танненберге конца августа 1914 г., закончившееся поражением русских армий. Эта победа была тем более важна, что она подводила некую фактическую базу под главный тезис немецкой пропаганды в начале войны — тезис о ее оборонительном характере. В итоге Гинденбург выступал в той ипостаси, которую не имел даже Бисмарк — в роли “спасителя”.

Именно поэтому само торжественное открытие “Железного Гинденбурга” первоначально планировалось провести в годовщину сражения при Танненберге, 28 августа. Благодарность за спасение выступала, на взгляд одной из газет, главной причиной, по которой едва ли не все жители Берлина спешили взяться за молотки: “Можно себе представить, что было бы, если бы ему не удалось остановить поток подступающих русских орд” (*Auf zur Nagelung* 1915).

В конечном итоге открытие “Железного Гинденбурга”, воздвигнутого по инициативе трех благотворительных организаций — “Национального фонда семей погибших”, “Военных пожертвований города Берлина” и “Люфтвафферданк”, состоялось 4 сентября 1915 г. В данном случае материал, из которого был изготовлен памятник, не имел никакого символического значения — ольха была выбрана из-за мягкости

древесины, облегчавшей работу 42-х резчиков, а также последующее “гвозжение”. Надо отметить, что и во многих других местах при выборе материала верх часто брали именно прагматические соображения. Показательно, например, что весьма редко использовалось главное “немецкое дерево”, национальный символ — дуб, поскольку он был мало пригоден в практическом смысле именно из-за того, чем был ценен в символическом — твердости. В случае же с Гинденбургом применение относительно легкой и мягкой древесины диктовалось уже техническими потребностями, вытекавшими из огромных размеров статуи — 10 метров, не считая цоколя.

Церемония открытия была организована со всей возможной торжественностью (см. “*Berliner Volkszeitung*”. 4.09.1915; “*Berliner Börsenzeitung*”. 4.09.1915). Съехалось большое количество почетных гостей, в том числе жены героев битвы при Танненберге — Гинденбурга и Людендорфа. Императорскую фамилию представляла принцесса Августа, вбившая первый золотой гвоздь. Вокруг памятника были расставлены трофейные русские пушки, над площадью плавали “цепеллины” — один из главных символов военно-технического превосходства и мощи немецкой нации. Вновь разными способами инсценировалась идея единой нации: в частности, помогать вбивать гвозди гражданским помогали солдаты — участники сражения при Танненберге. Всячески подчеркивалось единение фронта и тыла: в специальных экипажах на празднество были доставлены раненые; канцлер Бетман Гольвег в своей речи указал, что “Железный Гинденбург” станет для солдат зримым свидетельством того, что их семьи не будут забыты. Как и в других случаях “нагелунга”, отмечалось мемориальное значение памятника (так, бургомистр Берлина заявил в своей речи, что это сооружение — “для внуков”).

Как и в Гамбурге, гвозди различались по цене и качеству, позволяя буквально каждому сделать посильный для него вклад: “золотые” гвозди для имени Гинденбурга на постаменте (100 марок), “серебряные” для Железных крестов по бокам от него и шпаги (10 марок), “черные” (5 марок) и “серые” (1 марка) — для остальных деталей памятника. Наиболее щедрых жертвователей отмечали прикреплением на памятник серебряных табличек с их именами. После осуществления “гвозжения” имя каждого записывалось в Золотую, Серебряную или Железную книгу соответственно, выдавались свидетельства и памятные знаки.

В первые дни после открытия вокруг памятника царил ажиотаж. “Наплыв публики был такой, что едва ли каждый, купивший или заказавший гвоздь, имел возможность его забить”, — отмечала “*Berliner Бёрзенцайтунг*”. Тем не менее “нагелунг проходит в чудесном, проникнутом военным духом порядке и спокойствии”, под музыку военного оркестра (см. *Berliner Börsenzeitung*. 7.09.1915). Первый же день принес 20 тыс. марок, за неделю было собрано 150 тыс., к 29 сентября — 210 тыс. Новый всплеск энтузиазма пришелся на 2 октября, день рождения Гинденбурга.

Наряду с индивидуальными практиковались коллективные “нагелунги”, например, почтовых служащих или пожарных Берлина. Вновь особенно энергичную деятельность развернули разного рода ферейны (см. в газете “*Berliner Volkszeitung*”. 28.11.1915). Нередко поводом для этого становились те или иные патриотические празднества, в частности, день рождения кайзера. Организаторы всячески старались стимулировать постепенно снижавшуюся на протяжении месяцев активность. Например, профессиональные гильдии, пожертвовавшие более 100 марок, получали право на одну из именных серебряных табличек, которые образовывали рамку надписи “Гинденбург” на цоколе (см. “*Berliner Volkszeitung*”. 28.06.1916).

В отличие от гамбургского “Железного Михеля”, акция в Берлине эхом прокатилась далеко за пределы города. На “гвозжение” привозили даже военнопленных мусульман (см. “*Berliner Volkszeitung*”. 7.9.1915) из так называемых пропагандистских

лагерей, где они подвергались индоктринации в духе “джихада” с целью последующего использования против стран Антанты (Höpp 1997; Schwanitz 2003). Жители других городов и местностей могли также жертвовать на гвозди — в этом случае за них их вбивали солдаты. Таким же образом поступали с пожертвованиями из-за границы. В частности, газеты неоднократно сообщали о подобных акциях со стороны американских немцев (см. “Berliner Volkszeitung”. 01.10.1915; “Berliner Tageblatt” 30.03.1916). Кроме того, как это было и в Вене, вбивание гвоздей становилось знаком союзнической верности. В частности, министр иностранных дел Болгарии, вновь приобретенного союзника, во время визита в Берлин вбил свой протокольный гвоздь (см. в газете “Berliner Börsenzeitung”. 8.11.1915).

Успехи берлинского “гвозжения” были связаны не только с популярностью самого Гинденбурга, но и являлись следствием широкой и целенаправленной пропаганды. Так, еще в конце сентября 1915 г. в бюро главного организатора акции “Люфтфарерданк” состоялось специальное совещание с представителями прессы, на котором обсуждались способы агитации, а также возможные пути привлечения к “гвозжению” новых участников (ферейны, школьников, солдат, жителей иных местностей) по подписке (см. “Berliner Börsenzeitung”. 29.09.1915).

Как и в других случаях, типичное для памятников так называемое “вторичное инсценирование” (Dörner 1996: 196) происходило посредством популярных визуальных медиумов и особенно благодаря открытке. О придаваемой ей значимости в качестве важного источника получения средств свидетельствует, например, следующий пункт официальной программы открытия памятника: “С 10.30 до прибытия императрицы будут предложены к продаже гвозди и открытки” (первоначально планировалось участие в церемонии императорской четы) (Die Enthüllung 1915).

Самое широкое поле открывалось в отношении трактовок памятника, влияния на его общественную рецепцию. Можно отметить большое многообразие таких интерпретаций, причем касающиеся “Железного Гинденбурга” открытки — в отличие от локальной замкнутости, отмеченной выше относительно гамбургского “гвозжения” — издавались по всей стране. Некоторые из них, не обращаясь к идеологическим истолкованиям, эксплуатировали обывательский интерес к необычному и грандиозному, сообщая размеры и технические характеристики памятника. Другие напоминали о роли Гинденбурга в спасении от “русских орд” или связывали фельдмаршала с позитивно трактуемыми событиями отдаленного и совсем недавнего прошлого. Так, весьма часто обыгрывалось соседство “Железного Гинденбурга” с “колонной Победы” (рис. 3); иногда оно дополнялось разного рода высказываниями, отсылающими к “великолепному духу 1914 г.”

Некоторые открытки подразумевали более конкретную адресную аудиторию, в частности, детей. Дети являлись едва ли не самой благодарной публикой в такого рода акциях: их можно было легко организовать (например, выступление у памятника 1000-голосого хора школьников 2 октября 1915 г.); детей привлекала игровая сторона “гвозжения”; использовалось свойственное детям стремление поклоняться авторитету, “герою”. Газеты сообщали о постоянном присутствии школьников у статуи, о подлинном “детском крестовом походе” к ней, о том, что, собрав мелочь на гвоздь, школьники затем разыгрывают право его вбить и т.д. (см. “Berliner Volkszeitung”. 23.09.1915; 28.09.1915).

Создатели открыток всячески эксплуатировали и поощряли подобные увлечения. Изображая в самых разных вариантах и техниках поклоняющихся Гинденбургу детей, они предлагали определенные нормирующие модели поведения. Показательна открытка, изображающая молитвенно сложившего руки мальчика, который стоит на коленях перед большим гипсовым бюстом Гинденбурга; рядом лежат молоток

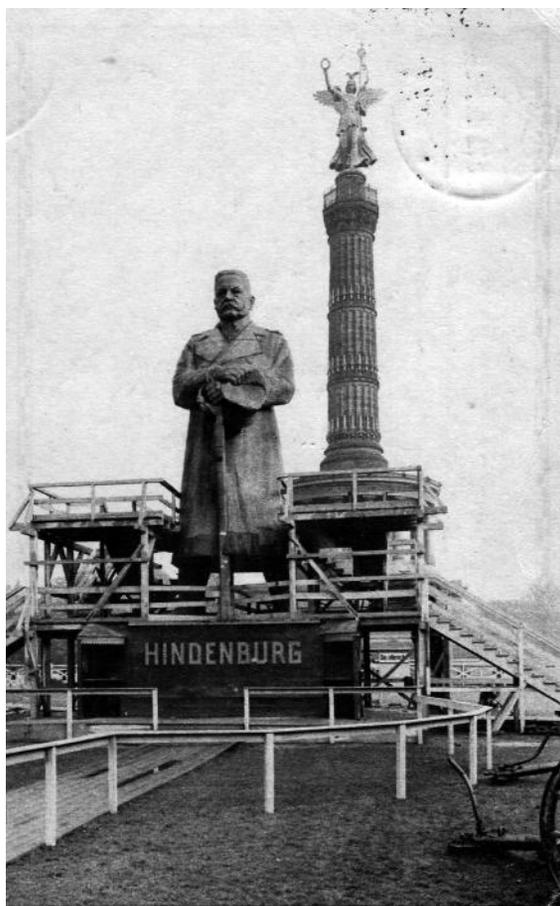


Рис. 3. “Железный Гинденбург” в Берлине (открытка)

и гвоздь. Основное послание открытки, складывающееся из изображения и текста, вполне прозрачно и прямолинейно: разбившему “казаков” и увенчанному венком победителя Гинденбургу нужно поклоняться – посредством “гвозжения”.

\* \* \*

При установке статуи организаторы рассчитывали на 1,6–2 млн гвоздей. Однако, несмотря на все усилия пропаганды, в том числе открыточной, молотки у “Железного Гинденбурга”, как и у многочисленных прочих “знаков войны”, с течением времени стучали все реже. “Гвоздильная” лихорадка в целом продлилась немногим более года, приблизительно до лета 1916 г., после чего резко пошла на убыль. Главные причины были просты: в условиях все обострившихся военных лишений для многих семей покупка даже самого простого гвоздя оказывалась чрезмерной тратой; с другой стороны, угасали и воодушевление, и вера в скорую победу. Дальнейшее поощрение “гвозжений” в этих условиях становилось бессмысленным, и в декабре 1916 г. прусское министерство внутренних дел официально положило им конец, хотя в реальности они спорадически осуществлялись как в Пруссии, так и в других землях Германской империи вплоть до 1918 г. (*Schneider* 1999: 42).

Менялась и общественная рецепция памятников. По мере того, как энтузиазм стал спадать, начал пробивать себе дорогу более трезвый и местами даже критичный взгляд на “знаки войны”, поскольку, являясь результатом инициатив самой публики, многие из них носили отпечаток безвкусицы и самодельщины. За исправление ситуации с начала 1916 г. взялся “Дойчер веркбунд” (объединение художников, архитекторов и мастеров декоративного искусства), который провел конкурс на лучшие “знаки войны”, дабы именно такие оставались на память потомкам (см. “Berliner Volkszeitung”. 18.1.1916). Однако и в работах, прошедших конкурс, некоторые увидели слишком вольное обхождение с национальными символами и подвергли критике искаженные Железные кресты и “орлов с головами старых куриц” (см. в газете “Berliner Börsenzeitung”. 28.03.1916).

Но самой неоднозначной и даже спорной оказалась фигура “Железного Гинденбурга”. Столь экзотическая практика – протыкать гвоздями фигурное изображение живого человека – ожидаемо дала много пищи для упражнений в юморе и саркастических высказываний со стороны врагов Германии (см., напр., “Le Rire”. 25.9.1915; “Punch”. 25.4.1917; “La Baïonnette”. 7.6.1917). “Воинствующая Германия, доходящая до идолопоклонства по отношению к своим более чем сомнительным героям типа генерала Гинденбурга, удивила весь мир сооружением в Берлине гигантской деревянной статуи Гинденбурга со специальной целью: верные подданные Вильгельма II в патристическом экстазе вколачивают в дерево статуи бесчисленное множество гвоздей, расплачиваясь за это удовольствие деньгами”, – писал русский “Исторический вестник” (Заграничные новости 1916). Критика отразилась и в открытках. Так, в одной из швейцарских открыток противопоставляется заколачивающая гвозди буржуазная публика в цилиндрах и “немецкий Михель” – голодающий народ, связанный цензурой и рестриктивным осадным положением. В конце войны французская открытка еще раз напомнила о немецкой практике “гвозжения”, изобразив Вильсона и Пуанкаре вбивающими в поверженного Гинденбурга “последний гвоздь”.

Но и среди самих немцев, при явном преобладании позитивных откликов, не было недостатка и в критических замечаниях еще на стадии создания памятника Гинденбурга. Если некоего профессора смущала скорее “безвкусица” памятника (Rausch 2006: 662), то статья в “Йенаише Цайтунг”, перепечатанная рядом других газет, заявляла о принципиальной недопустимости переноса “гвозжения” с символов на живых людей, ведь никто не хотел бы, чтобы, например, его собственному отцу каждый желающий мог бы вбить гвоздь в легкие или в нос: “Немцы сопротивляются тому, чтобы их называли варварами, и совершенно справедливо; но тут задумано действительно варварство” (Der “Eiserne Hindenburg” 1915). В конце 1915 г. берлинская Академия художеств выступила с заявлением, что “гвозжение портретных статуй с художественной точки зрения – нечто невообразимое. Пример колосса-Гинденбурга должен служить предостерегающим примером для всех остальных городов” (Die Akademie 1915). С целью поправить как эстетическую, так и идеологическую сторону дела различные общественные и государственные организации начали издавать специальные брошюры с образцами и инструкциями для “нагелунга” на местах (Kronenberg 2014: 262–265).

По мере падения интереса к “Железному Гинденбургу” и его общественной востребованности критика становилась все резче. Так, в самом конце войны газета “Berliner фолксцайтунг”, некогда столь восхищавшаяся памятником, заявляла, что он – это «единственный “военный ужас”, который учинили мы, немцы» (Denkmals-Ersatz 1918). К тому же падало значение статуи как общенационального интеграционного символа. В последние месяцы войны и в начальные годы Веймарской республики “Железный Гинденбург” оставался знаменем в основном для раз-

ного рода националистических организаций, проводивших около него свои акции. В марте 1920 г. национал-либеральная “Фолькспартей” даже выступила с парламентским запросом правительству, опасаясь, что “символ великого времени” будет продан за границу (см. “Berliner Volkszeitung”. 7.03.1920).

В итоге памятник остался на родине, но его судьба оказалась печальной. Деревянный Гинденбург так и не обрел полностью железную оболочку и все чаще становился объектом народного юмора. Общество “Люфтфарерданк”, основной вкладчик и организатор создания памятника, разорилось, его имущество пошло с молотка, в том числе и “Железный Гинденбург”. Фундамент был взорван, статуя демонтирована и ее фрагменты потеряны, частично послужив берлинцам в качестве дров. В 1938 г. полиция случайно обнаружила голову статуи, однако из-за гигантских размеров ее не удалось определить ни в один музей (*Wülfing, Bruns, Parr* 1991: 208; *Diers* 1993: 131). В годы Второй мировой войны она была утрачена. “Воину в железе” и “Железному Михелю” повезло больше – первый был помещен в ратушу, второй – в городской музей.

Судьбы трех рассмотренных памятников типичны для феномена “гвозжения” времен Первой мировой войны. Если “нагелунг” не получал логического завершения до того, как общественный интерес к нему начинал падать, то он часто просто исчезал из публичного пространства – не упоминался в прессе, не становился центром каких-либо акций и мероприятий, нередко утрачивался физически. Поэтому открытка в качестве источника по изучению “нагелунга” занимает весьма весомое место. Она не только позволяет исследовать общественную рецепцию такого рода памятников, но и доносит до нас их внешний облик, служа иногда единственным источником такого рода (*Kronenberg* 2014: 269). Эту меморализирующую функцию открытки понимали уже современники, особенно коллекционеры, которые тут же увидели в “знаках войны” новую область собирательства (см. в газете “Kriegssammler-Zeitung”. 8/22.04.1918).

В целом практика “нагелунга” сыграла в годы войны весьма важную роль. Если совместные ритуалы, национальные символы и коллективная память справедливо считаются важнейшими составляющими конструирования нации (*François, Siegrist, Vogel* 1995: 13–35), то “гвозжение” особым образом сводило их воедино. В коллективной акции люди обращались к символам нации, утверждая себя в качестве ее членов и осознанно стремясь воздействовать на память, создать значимый объект для последующих поколений. “Нагелунг” является ярким примером “изобретенной традиции”, опирающейся на общественные практики ритуального и символического характера, а также на связь (часто фиктивную) с историческим прошлым (см.: *Хобсбаум* 2000: 48), и инсценирующей единство нации, подвергавшееся угрозе в условиях войны. Интегрирующий и мобилизирующий эффект “нагелунга” трудно переоценить: в подобных акциях принимало участие буквально все немецкое общество – взрослые и дети, мужчины и женщины, военные и гражданские, богатые и бедные. Следует отметить, что успех “гвозжений” объяснялся не только специфическими общественными потребностями военной поры, но также довоенной ситуацией: шла ли речь о широко принимаемой национальной символике, деятельности ферейнов или сложившейся культуре политического празднества. Вместе с тем определяющими являлись именно актуальные нужды военного времени, что подтверждается стремительным забвением “нагелунга” после войны: интенционально предназначенные последующим поколениям, эти объекты в действительности попали в разряд “эфмерных памятников” (см. *Diers* 1993). Отказ от подобной практики уже в годы войны имел вынужденный характер и произошел вследствие исчерпания материальных, моральных и психологических ресурсов для ее продолжения. Вопреки всем утверждениям ораторов и пропагандистов, немецкое общество все же оказалось не “железным”.

*Примечания*

<sup>1</sup> Открытки из частных коллекций В. В. Крепостнова, А. С. Медякова.

*Источники и материалы*

- Заграничные новости 1916 – Заграничные новости и мелочи // Исторический вестник. 1916. Т. 145. С. 810–811.
- Рейс 1903 – Рейс. Михель под ружьем (Письмо из Германии) // Русское богатство. 1903. № 11. С. 145–181.
- Am “Eisernen Hindenburg” 1915 – Am “Eisernen Hindenburg” // Berliner Börsenzeitung. 7.09.1915. S. 4.
- Die Akademie 1915 – Die Akademie der Künste gegen Nagelungsdenkmäler // Berliner Tageblatt. 6.12.1915. S. 4.
- Auf zur Nagelung 1915 – Auf zur Nagelung! Eine Wallfahrt zum Eisernen Hindenburg // Berliner Volkszeitung 26.09.1915. S. 1.
- Denkmals-Ersatz 1918 – Denkmals-Ersatz? // Berliner Volkszeitung. 11.09.1918. S. 2.
- Die Enthüllung 1915 – Die Enthüllung des Eisernen Hindenburgs // Berliner Volkszeitung 2.09.1915. S. 3.
- Zur Nagel-Symbolik 1915 – Zur Nagel-Symbolik // Fremden-Blatt. 6.03.1915. S. 8.
- Der Eiserne Michael 1915 – Der Eiserne Michael // Hamburger Anzeiger. 31.07.1915. S. 4.
- Gemeinsame Nagelung 1915 – Gemeinsame Nagelung des Eisernen Michaels // Hamburgischer Correspondent. 4.10.1915. S. 4.
- Der “Eiserne Hindenburg” 1915 – Der “Eiserne Hindenburg” // Neues Wiener Journal. 13.08.1915. S. 10–11.
- Der Wehrmann 1915 – Der Wehrmann in Eisen. Die Einweihung des Standbildes auf dem Schwarzenbergplatze // Neue Freie Presse. 6.03.1915. S. 3.
- Die Enthüllung 1915 – Die Enthüllung des Eisernen Michaels // Neue Hamburger Zeitung. 2.08.1915. S. 7.
- Des ehernen Wehrmannes 1915 – Des ehernen Wehrmannes eherner Schild. Ein Aufruf an die Bevölkerung Österreichs // Neues Wiener Tagblatt. 13.03.1915. S.11.
- Ein Wahrzeichen 1915 – Ein Wahrzeichen. Der neue Eiserne Mann // Volks-Zeitung 7.03.1915. S. 4.

*Научная литература*

- Вульф К. Антропология. История, культура, философия. СПб: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2008.
- Медяков А. С. “На память о великом человеке”. Бисмарк на немецкой почтовой открытке рубежа XIX–XX вв. // Новая и новейшая история. 2017. № 1. С. 218–228.
- Хобсбаум Э. Изобретение традиций // Вестник Евразии. 2000. № 1. С. 47–62.
- Шенк Ф. Б. “Августовское переживание”: начало Первой мировой войны как поворотный пункт немецкой истории // Новое литературное обозрение. 2012. № 4 (116). С. 441–453. <http://www.nlobooks.ru/node/2556>
- Brandt S. Nagelfiguren. Nailing Patriotism in Germany 1914–18 // Matters of Conflict: Vaterial Culture, Vemory and the First World War / Ed. N.J. Saunders. Abingdon: Routledge, 2004. P. 62–71.
- Densford K. E. The Wehrmann in Eisen: Nailed Statues as Barometers of Habsburg Social Order during the First World War // European Review of History: Revue européenne d’histoire. 2017. Vol. 24 (2). P. 305–324. <http://dx.doi.org/10.1080/13507486.2016.1257571>
- Diers M. Nagelmänner. Propaganda mit ephemeren Denkmälern im Ersten Weltkrieg // Mo(nu)mente. Formen und Funktionen ephemerer Denkmäler / Hg. M. Diers. Berlin: Akademie Verlag, 1993. S. 113–135.
- Dörner A. Politischer Mythos und symbolische Politik. Der Hermannmythos: zur Entstehung des Nationalbewußtseins der Deutschen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl, 1996.
- Fliege Th. “Mein Deutschland sei mein Engel Michael”. Sankt Michael als national-religiöser Mythos // Alliierte im Himmel. Populare Religiosität und Kriegserfahrung / Hg. G. Korff. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde, 2006. S. 159–199.

- François E., Siegrist H., Vogel J.* Die Nation. Vorstellungen, Inszenierungen, Emotionen // Nation und Emotion. Deutschland und Frankreich im Vergleich 19. Und 20. Jahrhundert / Hg. E. François, H. Siegrist, J. Vogel. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1995. S. 13–38.
- Galle M.* Der Erzengel Michael in der deutschen Kunst des 19. Jahrhunderts. München: Herbert Utz Verlag, 2002.
- Grote B.* Der deutsche Michel. Ein Beitrag zur publizistischen Bedeutung der Nationalfiguren. Dortmund: Ruhfus, 1967.
- Goebel S.* The Great War and Medieval Memory. War, Remembrance and Medievalism in Britain and Germany, 1914–1940. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
- Goebel S.* Chivalrous Knights Versus Iron Warriors: Representations of the Battle of Matériel and Slaughter in Britain and Germany, 1914–1940 // Picture This: World War I Posters and Visual Culture. Studies in War, Society, and the Military / Ed. P. James P. Lincoln: University of Nebraska Press, 2009. P. 79–110.
- Hoegen J. v.* Der Held von Tannenberg. Genese und Funktion des Hindenburg-Mythos. Köln: Böhlau Verlag, 2007.
- Höpp G.* Muslime in der Mark. Als Kriegsgefangene und Internierte in Wünsdorf und Zossen. Berlin: Das Arabische Buch, 1997.
- Kronenberg M.* Kampf der Schule an der “Heimatfront” im Ersten Weltkrieg: Nagelungen, Hilfsdienste, Sammlungen und Feiern im Deutschen Reich. Hamburg: Disserta Verlag, 2014.
- Munzel-Everling D.* Kriegsnagelungen. Wehrmann in Eisen. Nagel-Roland. Eisernes Kreuz. Wiesbaden, August 2008.
- Rausch H.* Kultfigur und Nation: öffentliche Denkmäler in Paris, Berlin und London 1848–1914. München: R. Oldenburg Verlag, 2006.
- Schneider G.* Zur Mobilisierung der Heimatfront. Das Nageln sogenannter Kriegswahrzeichen im Ersten Weltkrieg // Zeitschrift für Volkskunde. 1999. № 95. S. 32–62.
- Szarota T.* Der deutsche Michel. Die Geschichte eines nationalen Symbols und Autostereotyps. Osnabrück: Edition Fibre, 1998.
- Schwanitz W.G.* Dihad “Made in Germany”. Der Streit um den Heiligen Krieg 1914–1915 // *Sozial. Geschichte. Zeitschrift für historische Analyse des 20. und 21. Jahrhunderts.* 2003. № 2. S. 7–34.
- Vechtel Ch.* “Nagelungen” – die fast vergessenen Kriegswahrzeichen // Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg / Hg. R. Zühlke. Hamburg: Verlag Ingrid Kämpfer, 2000. S. 305–326.
- Wülfing W., Bruns K., Parr R.* Historische Mythologie der Deutschen 1789–1918. München: Fink, 1991.
- Zechlin E.* “Der Inbegriff des germanischen Menschen”. Bismarck-Bild 1915: eine Mischung von Sage und Mythos // Die Zeit. 2.04.1965. <https://www.zeit.de/1965/14/der-inbegriff-des-germanischen-menschen/komplettansicht>

## Research Article

**Medyakov, A.S.** “Iron Symbols of the Iron Age”: The Practice of “Nagelung” in Germany and Austria-Hungary during the First World War [“Zheleznye simvolyy zheleznoi pory”: o praktike “nagelunga” v Germanii i Avstro-Vengrii v gody Pervoi mirovoi voyny]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2018, no. 5, pp. 108–127. <https://doi.org/10.31857/S086954150001479-6> ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

**Alexander Medyakov** | <http://orcid.org/0000-0003-0187-6437> | [alexandr.medyakov@yandex.ru](mailto:alexandr.medyakov@yandex.ru) | Lomonosov Moscow State University (1 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia)

### Keywords

World War I, Germany, Austria-Hungary, propaganda, philanthropy, *Nagelung*, national symbolism, national identity, postcards

### Abstract

During World War I, the practice of *Nagelung* – the nailing of various national and military symbols – in Germany and Austria-Hungary was a form both of philanthropy and of social support, which had an integrative and mobilizing impact on the population. The symbolism, actions, and rituals connected with this

practice were meant to reconfirm and validate the collective identity. Having originated as civil initiatives, the *Nagelung* practices were supported and encouraged by the authorities for propaganda reasons and for practical purposes. Every artefact was made not only to meet the current interests but also to affect the culture of social memory. As the war was becoming prolonged and was starting to drain the material and moral resources of the society, it essentially put an end to the *Nagelung* practices.

DOI: 10.31857/S086954150001479-6

## References

- Brandt, S. 2004. Nagelfiguren. Nailing Patriotism in Germany 1914–18. In *Matters of Conflict: Material Culture, Memory and the First World War*, edited by N.J. Saunders, 62–71. Abingdon: Routledge.
- Densford, K.E. 2017. The Wehrmann in Eisen: Nailed Statues as Barometers of Habsburg Social Order during the First World War. *European Review of History: Revue européenne d'histoire* 24 (2): 305–324. <http://dx.doi.org/10.1080/13507486.2016.1257571>
- Diers, M. 1993. *Nagelmänner. Propaganda mit ephemeren Denkmälern im Ersten Weltkrieg* [Nail Men. Propaganda with Ephemeral Monuments in the First World War]. In *Mo(nu)mente. Formen und Funktionen ephemerer Denkmäler* [Mo(nu)ments. Forms and Functions of Ephemeral Monuments], edited by M. Diers, 113–135. Berlin: Akademie Verlag.
- Dörner, A. 1996. *Politischer Mythos und symbolische Politik. Der Hermannmythos: zur Entstehung des Nationalbewußtseins der Deutschen* [Political Myth and Symbolic Politics. The Hermann Myth: the Origin of the National Consciousness of the Germans]. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Fliege, Th. 2006. “Mein Deutschland sei mein Engel Michael”. Sankt Michael als national-religiöser Mythos [“My Germany be my Angel Michael”. St. Michael as a National-religious Myth]. In *Alliierte im Himmel. Populäre Religiosität und Kriegserfahrung* [Ally in Heaven. Popular Religiosity and War Experience], edited by G. Korff, 159–199. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde.
- François, E., H. Siegrist and J. Vogel. 1995. Die Nation. Vorstellungen, Inszenierungen, Emotionen [The Nation. Imaginations, Stagings, Emotions]. In *Nation und Emotion. Deutschland und Frankreich im Vergleich 19. Und 20. Jahrhundert* [Nation and Emotion. Germany and France in Comparison the 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> Century], edited by E. François, H. Siegrist and J. Vogel, 13–38. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Galle, M. 2002. *Der Erzengel Michael in der deutschen Kunst des 19. Jahrhunderts* [The Archangel Michael in German Art of the 19<sup>th</sup> Century]. München: Herbert Utz Verlag.
- Goebel, S. 2007. *The Great War and Medieval Memory. War, Remembrance and Medievalism in Britain and Germany, 1914–1940*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goebel, S. 2009. Chivalrous Knights versus Iron Warriors: Representations of the Battle of Matériel and Slaughter in Britain and Germany, 1914–1940. In *Picture this: World War I Posters and Visual Culture. Studies in War, Society, and the Military*, edited by P. James, 79–110. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Grote, B. 1967. *Der deutsche Michel. Ein Beitrag zur publizistischen Bedeutung der Nationalfiguren* [The German Michel. A Contribution to the Journalistic Significance of the National Figures]. Dortmund: Ruhfus.
- Hobsbawm, E. 2000. Izobretenie traditsii [Inventing traditions]. *Vestnik Evrazji* 1: 47–62.
- Hoegen, J. v. 2007. *Der Held von Tannenberg. Genese und Funktion des Hindenburg-Mythos* [The Hero of Tannenberg. Genesis and Function of the Hindenburg Myth]. Köln: Böhlau Verlag.
- Höpp, G. 1997. *Muslimen in der Mark. Als Kriegsgefangene und Internierte in Wünsdorf und Zossen* [Muslims in the Mark. As Prisoners of War and Internees in Wünsdorf and Zossen]. Berlin: Das Arabische Buch.
- Kronenberg, M. 2014. *Kampf der Schule an der “Heimatfront” im Ersten Weltkrieg: Nagelungen, Hilfsdienste, Sammlungen und Feiern im Deutschen Reich* [Fight of the School on the “Home Front” in the First World War: Nagelungen, Auxiliary Services, Collections and Celebrations in the German Empire]. Hamburg: Disserta Verlag.
- Medyakov, A.S. 2017. “Na pamiat’ o velikom cheloveke”. Bismark na nemetskoj pochtovoi otkrytke rubezha XIX–XX vv. [“In Memory of the Great Man”. Bismarck on the German Postcards at the Turn of the XIX–XX Centuries]. *Novaia i noveishaia istoriia* 1: 218–228.

- Munzel-Everling, D. 2008. *Kriegsnagelungen. Wehrmann in Eisen. Nagel-Roland. Eisernes Kreuz* [War Nailing. Warrior in Iron. Nail-Roland. Iron Cross]. Wiesbaden, August.
- Rausch, H. 2006. *Kultfigur und Nation: öffentliche Denkmäler in Paris, Berlin und London 1848–1914* [Cult Figure and Nation: Public Monuments in Paris, Berlin and London 1848–1914]. München: R. Oldenburg Verlag.
- Schenk, F.B. 2012. “Avgustovskoe perezhivanie”: nachalo Pervoi mirovoi voyny kak povorotnyi punkt nemetskoj istorii [“August Experience”: The Beginning of the First World War as a Turning Point of German History]. *Novoe literaturnoe obozrenie* 4 (116): 441–453. <http://www.nlobooks.ru/node/2556>
- Schneider, G. 1999. Zur Mobilisierung der Heimatfront. Das Nageln sogenannter Kriegswahrzeichen im Ersten Weltkrieg [To Mobilize the Home Front. The Nailing of So Called Kriegswahrzeichen in the First World War]. *Zeitschrift für Volkskunde* 95: 32–62.
- Schwanitz, W.G. 2003. Jihad “Made in Germany”. Der Streit um den Heiligen Krieg 1914–1915 [Jihad: “Made in Germany”. The Dispute over the Holy War 1914–1915]. *Sozial. Geschichte. Zeitschrift für historische Analyse des 20. und 21. Jahrhunderts* 2: 7–34.
- Szarota, T. 1998. *Der deutsche Michel. Die Geschichte eines nationalen Symbols und Autostereotyps* [The German Michel. The History of a National Symbol and Autostereotype]. Osnabrück: Edition Fibre.
- Vechtel, Ch. 2000. “Nagelungen” – die fast vergessenen Kriegswahrzeichen [“Nailings” – the Almost Forgotten War Signs]. In *Bildpropaganda im Ersten Weltkrieg* [Picture Propaganda in the First World War], edited by R. Zühlke, 305–326. Hamburg: Verlag Ingrid Kämpfer.
- Wulf, Ch. 2008. *Antropologija. Istorija, kul'tura, filosofija* [Anthropology. History, Culture, Philosophy]. St. Petersburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta.
- Wülfing, W., K. Bruns, and R. Parr. 1991. *Historische Mythologie der Deutschen 1789–1918* [Historical Mythology of the Germans 1789–1918]. München: Fink.
- Zechlin, E. “Der Inbegriff des germanischen Menschen”. Bismarck-Bild 1915: eine Mischung von Sage und Mythos [“The Epitome of Germanic Man”. Bismarck's Image 1915: a Mixture of Legend and Myth]. *Die Zeit*: 2.04.1965. <https://www.zeit.de/1965/14/der-inbegriff-des-germanischen-menschen/komplettansicht>