

Сальников Е.В.,

*доктор философских наук, доцент,
начальник кафедры социально-философских дисциплин,
Орловский юридический института имени В.В. Лукьянова*

Сальникова И.Н.,

*старший преподаватель кафедры сервиса,
Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева*

Почтовая открытка как предмет, среда и метод антропологических исследований

Статья представляет собой анализ возможностей исследования почтовой открытки. После десятилетий активного использования в конце 19 – 20 веках открытка в начале 21 века является гораздо менее востребованным культурным феноменом. Однако же, несмотря на переход к цифровой цивилизации, открытка не исчезает полностью. Автор отмечает, что удельный вес использования открытки в научных исследованиях достаточно невелик. «Визуальный поворот» в историографии привел к тому, что открытку начинают использовать в качестве предмета научных исследований. Автор полагает, что подобный подход не позволяет раскрыть весь потенциал почтовой открытки в научных исследованиях. Автор полагает, что открытка может быть введена в широкое поле антропологии, в рамках которой она может быть использована как предмет, среда и метод исследований. Это позволит не только получить информацию о культуре, социальных отношениях и т.п. аспектах (предмет), но и о практиках использования открыток (украшение, коллекционирование, обмен, надписание), а также использовать открытки в качестве методов антропологических исследований.

Ключевые слова: *почтовая открытка, обмен открытками, антропология, методология, гуманитарные науки.*

Salnikov E.W.,

doctor of philosophy, associate professor, head of the Department of social-philosophical disciplines, Orel Law Institute of the Ministerium of Internal Affairs of Russia named after V.V. Lukyanov

Salnikova I.N.,

*Senior Lecturer of Department of Service,
Orel State University named after I.S. Turgenev*

The postcard as a subject, medium and method of anthropological research

The article is an analysis of the possibilities of postcard research. After decades of active use in the late 19th - 20th centuries, the postcard at the beginning of the 21st century is a much less popular cultural phenomenon. However, despite the transition to digital civilization, the postcard does not disappear completely. The author notes that the share of the use of postcards in scientific research is quite small. The "visual turn" in historiography has led to the fact that the postcard is beginning to be used as a subject of scientific research. The author believes that such an approach does not allow to reveal the full potential of a postcard in scientific research. The author believes that the postcard can be introduced into a wide field of anthropology, within which it can be used as a subject, medium and method of research. This will allow not only to get information about the culture, social relations, etc. (subject), but also about the practices of using postcards (decoration, collecting, exchange, inscription), as well as using postcards as methods of anthropological research.

Keywords: *postcard, postcard exchange, anthropology, methodology, humanities.*

Иллюстрированная почтовая открытка представляет собой разновидность почтовых карточек, одна сторона которых предназначена для текста, вторая представляет собой изображение (фотографическое, художественное, текстовое). Войдя в использование 1 октября 1869 года [Brady, 1969; Gugganig, Schor, 2020 b], открытка приобрела большую популярность и широкое распространение. Только в период с 1900 по 1914 годы, именуемый «Золотым веком почтовой открытки», по оценкам исследователей [Ferguson, 2005; Rogan, 2005] было произведено и продано от 200 до 300 миллиардов почтовых открыток. По данным А.С. Медякова, в Великобритании количество прошедших почту открыток с 1900/1901 по 1905/1906 гг. увеличилось на 91 %, в абсолютных цифрах – с 419 до 800 млн. Однако самым впечатляющим был триумф открыток в Германии: уже в 1901 году прошел почту 1 миллиард открыток [Медяков, 2021 а: 18].

За короткое время почтовая открытка становится значимым продуктом массовой культуры потребления [Goldsworthy, 2010], удельный вес которого после Первой мировой войны несколько снижается, но все же остается достаточно большим, причем как в СССР, так и в странах капиталистического мира. Согласно данным, приводимым В. Третьяковым, «в 1967 году общий тираж открыток в нашей стране возрос по сравнению с 1966 годом более чем в два раза и составил 1,8 млрд. экземпляров. В 1971 году было издано 6873 наименования открыток общим тиражом 2,4 миллиарда экземпляров» [Третьяков, 2007: 146]. Как отмечает О.В. Шабурова, поздравительные открытки и конверты с рисунками самого популярного в 1970-80-х годах почтового художника В. Зарубина были изданы тиражом 1588270000 экземпляров [Шабурова, 2021: 13]. Не меньшую популярность сохраняла почтовая открытка и в странах Западной Европы и Северной Америки, показателем чего может служить возникновение и

успешное развитие компании Hallmark, основатели которой сделали на открыточном бизнесе целое состояние.

К концу XX века широкое развитие электронных средств связи, цифровизация каналов социальной коммуникации и в целом системы общественных отношений породили тенденцию «смерти бумаги» (О.В. Шабурова). Объемы производства и обращения открыток значительно снизились и в определенный момент казалось, что открытка сохранилась только в качестве объекта коллекционирования – филокартистского экспоната. Однако в начале XXI века фиксируется возрождение и широкое распространение практик обмена открытками. Популярность набирает созданный в 2005 году проект Postcrossing – международный обмен открытками. По состоянию на октябрь 2021 года в проекте зарегистрированы 805285 открыток из 209 стран. Всего за время существования проекта пользователями было получено более 64 миллионов открыток¹. При этом по образцу данного проекта возникли и набирают успешно функционируют аналогичные проекты обмена открытками, как внутри отдельных стран (например, посткросс.ру), так и на международной арене.

Столь значимая представленность иллюстрированной почтовой открытки в культуре не в полной мере корреспондирует степени ее востребованности в качестве научного источника. Нет сомнений в том, что открытка является «бесспорным документом эпохи» [Самбур, 2015], однако может ли она рассматриваться в качестве источника исторической, антропологической, культурологической науки? Превышает ли открытка пределы иллюстрированного каталога «Событие X в открытках» или же остается «пустяковой вещью», не заслуживающей внимания за пределами практик коллекционирования наравне с фантиками? Представляет ли собой открытка максимум фотодокументальный источник, «фиксирующий архитектурные сооружения, здания, связанные с историческими событиями, или сами памятные события», которые, как подчеркивал еще в 1964 году А.И. Гуковский [Гуковский, 1966: 56], могут сохраниться только на открытках, или же в научном отношении она являет собой нечто большее?

Обратим внимание на то, что на протяжении значительного периода существования в культуре почтовая открытка не воспринималась в качестве полноценного научного источника в силу того, что «традиционная академическая история основывается на приоритетном внимании к письменному тексту» [Миронова, 2018: 43]. Историки, антропологи и другие исследователи обращали внимание на ряд негативных характеристик открыток, а именно:

они обладают низкой или незначительной ценностью в качестве артефактов культуры;

они не передают столь же эффективно, как газеты, значимые социальные события и тренды;

¹ Согласно данным официального сайта www.postcrossing.com

вследствие своей разрозненной природы они не могут расцениваться как надежный источник системных сведений;

они представляют собой персонализированную индивидуализированную форму социальной коммуникации, которая не имеет широких социальных следствий;

открытки являются банальным выражением попкультуры [Ferguson, 2005; Gugganig, Schor, 2020 a].

Только «с середины 1990-х годов открытка всерьез попадает в поле зрения исследователей» [Медяков, 2018: 65]. Застрельщиком этого процесса выступает историческая наука, в рамках которой в данный период происходит формирование методологических принципов Visual History, которая «рассматривает различные жанры изображений как источники и самостоятельные предметы в историографических исследованиях... тематизирует визуальность истории и историчность визуального» [Paul, 2006: 25]. Следствием данного «визуального поворота» становится как полноценное признание открытки в качестве предмета историографии [Медяков, 2021 b], так и значительный рост исторических исследований, базирующихся на почтовых открытках [Brocks, 2008; Flemming, 2004; Huss, 2000].

Однако восприятие почтовой открытки в качестве «уникального объекта для исследования истории» не может игнорировать наличие ряда трудностей, порождаемых прежде всего тем, что для большинства исторических исследований, основанных на изучении открыток, характерным является рассмотрение «открытки исключительно как визуального источника («картинки»)» [Медяков, 2018; Медяков, 2021 b], и, как результат, уделяли мало внимания написанным текстам [Hall, Gillen, 2007]. Такой подход породил серьезные проблемы:

1. В какой мере изображение на открытке позволяет реконструировать «дух» эпохи, перейти от набора печатных образов к мировоззрению, ментальности больших масс людей. Выражало ли изображение А на серии открыток значимость события Б или фиксировало смысл события Б либо же речь идет исключительно о предпочтениях издателя. Действительно ли, например, открытки из Марокко могут стать основанием для заключения о специфике идеологии французского колониализма [Goldsworthy, 2010], или же они представляют собой несколько десятков почтовых карточек, отражающих видение мира определенного издателя или специфику интересов сохранившего их коллекционера?

2. В какой мере возможна репрезентативная выборка открыток в ситуации, когда они представляют собой один из наиболее распространенных повседневных продуктов социальной коммуникации, общее количество которых исчисляется миллионами? Даже применительно к одному периоду – Первой мировой войне исследователи практически единодушно говорят об утопичности любой попытки репрезентативной выборки из полевой почты в силу отсутствия сведений об авторе, возрасте,

социальном положении, а также «невозможности установить даже элементарное численное соотношение любой выборки к общему массиву» [Медяков, 2021 а]. И если, опять же применительно к отдельному событию, например, Первой мировой войне, – данная проблема может быть частично решена с помощью конечного количества объема значений военного опыта, то применительно к социальному пространству вообще проблема остается нерешенной.

3. В какой мере изображение на открытках свидетельствует о господстве той или иной идеологической системы или же это исследователь, отражая собственные мировоззренческие ориентиры, видит воплощение определенной идеологической системы в открытке? Как верно замечает М. Куанчи: «Как правило, мы не имеем ни малейшей идеи о том, что хотел сказать (выразить) отправитель, выбрав, купив и отправив эту открытку, а не другую... Можем ли мы сказать, что открытка является расистской, сексистской, удручающей или уничижительной или все это есть приложений идей нашего 21 века и значение изображения на открытке виделось совершенно иным образом в 1907 году?» [Quanchi, 2019].

4. В конечном итоге историк не может уверенно утверждать, почему те или иные обыденные сцены жизни, предметы или здания были выбраны для изображения на открытке, почему отправитель выбрал открытку и что хотел сказать этим выбором человек, что он видел на этой сцене. Действительно ли он, например, поддерживал колониальные мировоззренческие ориентиры или же просто купил открытку в качестве единственно возможного товара для передачи сообщения, просто фиксирующего его пребывание в определенном месте, или, в случае, например, с военными открытками, факт того, что отправитель еще жив?

Следует заметить, что исследователи, признавая данные трудности, видят их разрешение в определенном расширении трактовки открытки как научного источника. Так, А.С. Медяков в своей докторской диссертации абсолютно оправданно говорит о необходимости понимания открытки в качестве «многосоставного источникового комплекса» [Медяков, 2021 b: 4], «интегрального целого иллюстративной и эпистолярной частей» [Ibid.: 31], включающего в себя кроме изображения и текста послания бытование и функции открыток в обществе, что делает «необходимым изучение множества факторов, касающихся происхождения открыток (автор, издатель, производитель), их бытования (специфика рынка, другие аспекты распространения и потребления) и, наконец, трактовки» [Ibid.: 5]. При этом подчеркивалось, что ценность открытки задается ее уникальным положением «на грани публичной и частной сфер», «личным характером потребления публично предлагавшихся образов» [Ibid.: 30-31]. «Кажущаяся негативной характеристикой открытки как единства сведений, культурного артефакта, методологического, материального объекта и методологического приема в действительности показывает, что она есть место встречи различных культурных феноменов» [Östman, 2004: 427], являет собой «мультисоставный

объект» [Andriotis, Mišela, 2013: 21]. Многоплановая игра между напечатанными словами и изображением, написанным от руки тестом, маркой и сверх того контекст использования открытки как персонального сообщения, предмета, распространяемого среди коллекционеров, и виртуального артефакта [Gillen, 2013; Hall, Gillen, 2007; Östman, 2004] включает в себе богатую многосоставность и мультимодальные измерения открытки [Gugganig, Schor, 2020 a].

О необходимости рассмотрения открытки в качестве научного источника на базе единства изображения, текста и функций почтовой открытки говорит в своем исследовании и О.В. Шабурова [Шабурова, 2021]. Однако она же указывает и на сохраняющиеся сложности в реконструкции истории на основе открытки, ибо связь текста и изображения зачастую не может быть реконструирована в логике взаимодополнения. Связь между текстом послания и изображением на открытке может отсутствовать [Quanchi, 2019] или носить достаточно странный, случайный, слабо реконструируемый характер [Шабурова, 2021].

Как представляется преодоление выявленных трудностей вполне может быть достигнуто при переносе научного изучения открытки из сферы истории в пространство социальных наук и прежде всего антропологии. В этом случае открытка из источника исторической эпохи становится источником информации о многообразной практике человека и системе социальных отношений, включающих в силу многофункциональности открытки не только социальную коммуникацию, но социальную информацию, социальную и личную репрезентацию, образовательно-педагогическое воздействие, идеологию и пропагандистские образы, специфику экономических отношений, сферы развлечений и досуга, что в конечном итоге при комплексном восприятии позволяют реконструировать целостный мир человека, его практики и мировоззрения.

Современная антропология предполагает в качестве своего предмета изучения не эмпирически данный артефакт (процесс, явление), полагаемый в принципиальной координации исследователя и независимый от него и объективно данного ему мира, но предмет обретаемый и формируемый в рамках практик мира как открытой системы, включающей и самого исследователя, и предмет его исследований. Антропология с этих позиций представляет собой «деятельность внутри открытой системы в качестве открытой системы, изучающей продукты открытой системы» [Fortun, 2003].

С этих позиций почтовая открытка как предмет антропологических исследований утверждается в трех основных измерениях. Иначе говоря, когда мы фиксируем почтовую открытку в качестве предмета антропологии, мы говорим об: 1. открытке как непосредственно предмете исследования – антропология открытки, 2. открытке как пространстве исследования – антропология в открытке; 3. открытке как методе исследования – антропология с помощью открытки (В терминологии М. Гугганиг и С. Шор:

«of postcards (focus), in postcards (context), and as postcards (method)» [Gugganig, Schor, 2020 a: 693]).

В первом случае мы имеем наиболее распространенное и устоявшееся понимание открытки как предмета исследования. Мы изучаем открытку как артефакт эпохи, анализируем отражение в ней тех или иных событий, культурных трендов, социальных процессов и так далее. При этом данное изучение, как уже говорилось выше, не может ограничиваться исключительно визуальными образами (изобразительной стороной), а представляет собой комплексное осмысление, реконструкцию открытки как сложного единства индивидуального послания, информации о социальных (культурных, иных) событиях, процессах, отношениях, визуального образа, дополненного комбинационной эстетикой марки, оформления, каллиграфии, почтовых знаков, а также свидетельств пространственного перемещения.

Во втором случае мы говорим об исследованиях специфического типа практик человеческой деятельности, их трансформацию с учетом временного и культурного фактора. Речь идет не узко о практике обмена открытками, но о широком спектре длительно существующих в культуре практик коллекционирования, обмена, украшения, создания, надписания открыток, включая тематику, частотность, отношения между респондентами, характер складывающихся социальных связей и специфику возникающих социальных групп. Это пространство, в котором антрополог фиксирует, что практика обмена открытками в конце XIX, середине XX и начале XXI веков не представляются идентичными, равно как и отношения между респондентами. «Антропология в открытке» открывает возможности изучения для целого ряда иных практик, позволяющих фиксировать в количественных и качественных показателях человеческую деятельность и глубже проникать в ее природу и сущность происходящих трансформаций.

В третьем случае мы говорим о том, что открытка представляет собой специфичный метод, позволяющий исследовать пространство социальных отношений и человеческие практики. Этот аспект открытки в системе антропологических исследований наименее представлен, а потому требует приведения нескольких примеров раскрывающих то, в каком смысле открытка является антропологическим методом.

В 2011 году студенты института «Стрелка» (г. Москва) – негосударственного образовательного учреждения, осуществляющего обучение в сфере архитектуры и дизайна, использовали открытки для изучения мировосприятия современного москвича. Целью эксперимента было обнаружение формулы, по которой живёт общество в столичных микрорайонах, а также моделирование привычек и пожеланий горожан на будущее. Для достижения этой цели группа студентов получила задание,

изучив архитектуру определенного района, создать на основе своих восприятий почтовую открытку².

Другой пример методологического использования открытки. В 2014 году почта Финляндии выпустила в обращение гомоэротические марки художника Тоуко Лааксонена (Tom Of Finland). С целью проверить реакцию на данные марки работников почты, зафиксировав тем самым определенные параметры толерантности российского общества, исследователи отправили открытку с данными марками из Финляндии в Россию³.

В 2020 году М. Гугганиг и С. Шор предприняли экспериментальное исследование, в рамках которого обратились с просьбой к представителям научно-исследовательского и культурного сообщества с просьбой об отправке открыток. На основе полученных открыток исследователи предприняли попытку определить параметры мультимодальности открыток⁴.

В конечном итоге, мы можем утверждать, что открытка занимает особое место в антропологии. Она является не только непосредственным материальным объектом, в котором фиксируются социальные события, процессы, явления, их отражение в массовой культуре, индивидуальном опыте, но и выступает важным свидетелем специфики практик человеческой деятельности. Кроме того, открытка открывает широкие возможности и в качестве специфической методологии антропологических исследований. Следует признать, что реальный объем научного использования почтовой открытки в сравнительно малой степени соответствует ее потенциалу, что открывает широкие поля исследований открытки как предмета, среды и метода антропологии.

Список литературы

Гуковский, 1966 - *Гуковский А.И.* Научная разработка истории советского общества и вспомогательные исторические дисциплины. /Вопросы истории. № 2. – С. 54-59

Медяков, 2021 - *Медяков А.С.* Война формата 9x14. Открытки в немецкой «культуре войны» 1914-1918 гг. – М., 464 с.

Медяков, 2018 - *Медяков А.С.* «Грязный злой русский». Образ России на немецких открытках Первой мировой войны. /Российская история. № 6. С. 65-83

Медяков, 2021 - *Медяков А.С.* Немецкая открытка Первой мировой войны как исторический источник. Автореферат дисс... на соиск. уч. степ. доктора исторических наук. – Москва. 50 с.

² Ручная работа: Открытки микрорайонов Москвы The Village продолжает рассказывать о том, как проходит обучение по теме «Горожане как потребители» на «Стрелке». https://www.the-village.ru/city/citizens-as-customers/110659-postcars-mycrorayons?from=infinite_scroll

³ the village, 22.10.2014 <https://www.the-village.ru/city/experiment/168021-doydet-li-otkrytka-s-finskoy-gomoerotikoy-do-spb>

⁴ Special Section on Multimodal Postcards <http://www.americananthropologist.org/postcards/schor-gugganig/>

- Миронова, 2018 - *Миронова Е.В.* Образ Германии в русских пропагандистских открытках времен первой мировой войны. / Историческая и социально-образовательная мысль. Том 10 №3/2. – с. 42-53
- Самбур, 2015 - *Самбур М.В.* Открытка времен Великой Отечественной войны как исторический источник. /Вестник МГУКИ. № 6 (68). С. 160-163.
- Третьяков, 2007 - *Третьяков В.* «Одобрено в печать». /Русское искусство. № 2. С. 145-154.
- Шабурова, 2021 - *Шабурова О.В.* Советский мир в открытке. – М.: - Екатеринбург. 328 с.
- Andriotis, Mišela, 2013. - *Andriotis K., Mišela M.* Postcard Mobility: Going beyond Image and Text. /Annals of Tourism Research. 40, p.18–39.
- Brady, 1969 - *Brady, T. J.* Postcards and history. *History Today*, 19(12). P. 848-855
- Brocks, 2008 - *Brocks Ch.* Die bunte Welt des Krieges. Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg 1914—1918. Essen.
- Ferguson, 2005 - *Ferguson S.* ‘A Murmur of Small Voices’: On the Picture Postcard. /Academic Research Archivaria Fall II 60. P. 167–84.;
- Flemming, 2004 - *Flemming T.* Grüße aus dem Schützengraben. Feldpostkarten im Ersten Weltkrieg aus der Sammlung Ulf Heinrich. Berlin.
- Fortun, 2003 - *Fortun K.* Ethnography in/of/as Open Systems. /Reviews in Anthropology. 32 (2). P. 171–90.
- Gillen, 2013 - *Gillen, J.* Writing Edwardian Postcards. /*Journal of Sociolinguistics*. 17 (4). P. 488–521. Gillen, Hall, 2011 - Gillen J., Hall N. Any Mermaids? Early Postcard Mobilities. In *Mobile Methods*, edited by M. Büscher, J. Urry, and K. Witchger, London: Routledge. 20–35.
- Goldsworthy, 2010 - *Goldsworthy P.* Images, Ideologies, and Commodities: The French Colonial Postcard Industry in Morocco. /*Early Popular Visual Culture* 8 (2). P. 147–67.
- Gugganig, Schor, 2020 b. - *Gugganig M., Schor S.* Multimodal Ethnography in/of/as Postcards. /*American Anthropologist*. September. p. 691-697, p. 691
- Gugganig, Schor, 2020 a – *Gugganig M., Schor S.* Teaching (with) Postcards: Approaches in the classroom, the field, and the community / *Teaching Anthropology* · April. P.132-139.
- Hall, Gillen, 2007 - *Hall N., Gillen J.* Purchasing Pre-Packed Words: Complaint and Reproach in Early British Postcards. /*Ordinary Writings, Personal Narratives: Writing Practices in 19th and Early 20th-Century Europe*, edited by Martyn Lyons. - Bern: Peter Lang. p. 101–17
- Huss, 2000 - *Huss M.-M.* Histoires de famille: cartes postales et culture de guerre. Paris.
- Östman, 2004 - *Östman, J.-O.* The Postcard as Media. /*Text & Talk—Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse* 24 (3). P. 423–42.
- Paul, 2006 - *Paul G.* Von der Historischen Bildkunde zur Visual History / *Visual History*. Ein Studienbuch. Göttingen.

Quanchi, 2019 - *Quanchi M.* Postcards from the colonies : are postcards valuable as historical evidence?/ The National Centre for History Education/<http://www.hyperhistory.org/site/index14.php?option=displaypage&Itemid=556&opp>

Rogan, 2005 - *Rogan B.* An Entangled Object: The Picture Postcard as Souvenir and Collectible, Exchange and Ritual Communication. /*Cultural Analysis* 4 (2005). P. 1–27.

References

Gukovskij, 1966 - *Gukovskij A.I.* Nauchnaya razrabotka istorii sovetskogo obshchestva i vspomogatel'nye istoricheskie discipliny. /*Voprosy istorii.* № 2. – S. 54-59

Medyakov, 2021 - *Medyakov A.S.* Vojna formata 9h14. Otkrytki v nemeckoj «kul'ture vojny» 1914-1918 gg. – M., 464 s.

Medyakov, 2018 - *Medyakov A.S.* «Gryaznyj zloj russkij». Obraz Rossii na nemeckih otkrytkah Pervoj mirovoj vojny. /*Rossijskaya istoriya.* № 6. S. 65-83

Medyakov, 2021 - *Medyakov A.S.* Nemeckaya otkrytka Pervoj mirovoj vojny kak istoricheskij istochnik. Avtoreferat diss... na soisk. uch. step. doktora istoricheskikh nauk. – Moskva. - 50 s.

Mironova, 2018 - *Mironova E.V.* Obraz Germanii v russkikh propagandistskikh otkrytkah vremen pervoj mirovoj vojny. / *Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'.* Tom 10 №3/2. – s. 42-53

Sambur, 2015 - *Sambur M.V.* Otkrytka vremen Velikoj Otechestvennoj vojny kak istoricheskij istochnik. /*Vestnik MGUKI.* № 6 (68). S. 160-163.

Tret'yakov, 2007 - *Tret'yakov V.* «Odobreno v pechat'». /*Russkoe iskusstvo.* № 2. S. 145-154.

Shaburova, 2021 - *SHaburova O.V.* Sovetskij mir v otkrytke. – M.: - Ekaterinburg. 328 s.

Andriotis, Mišela, 2013. - *Andriotis K., Mišela M.* Postcard Mobility: Going beyond Image and Text. /*Annals of Tourism Research.* 40, p.18–39.

Brady, 1969 - Brady, T. J. Postcards and history. *History Today*, 19(12). P. 848-855

Brocks, 2008 - *Brocks Ch.* Die bunte Welt des Krieges. Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg 1914—1918. Essen.

Ferguson, 2005 - *Ferguson S.* 'A Murmur of Small Voices': On the Picture Postcard. /*Academic Research Archivaria* Fall JI 60. P. 167–84.;

Flemming, 2004 - *Flemming T.* GrüÙe aus dem Schützengraben. Feldpostkarten im Ersten Weltkrieg aus der Sammlung Ulf Heinrich. Berlin.

Fortun, 2003 - *Fortun K.* Ethnography in/of/as Open Systems. /*Reviews in Anthropology.* 32 (2). P. 171–90.

Gillen, 2013 - *Gillen, J.* Writing Edwardian Postcards. /*Journal of Sociolinguistics.* 17 (4). P. 488–521. Gillen, Hall, 2011 - Gillen J., Hall N. Any Mermaids? Early

- Postcard Mobilities. In *Mobile Methods*, edited by M. Büscher, J. Urry, and K. Witchger, London: Routledge. 20–35.
- Goldsworthy, 2010 - Goldsworthy P. Images, Ideologies, and Commodities: The French Colonial Postcard Industry in Morocco. / *Early Popular Visual Culture* 8 (2). P. 147–67.
- Gugganig, Schor, 2020 b. - *Gugganig M., Schor S.* Multimodal Ethnography in/of/as Postcards. / *American Anthropologist*. September. p. 691-697, p. 691
- Gugganig, Schor, 2020 a – *Gugganig M., Schor S.* Teaching (with) Postcards: Approaches in the classroom, the field, and the community / *Teaching Anthropology* · April. P.132-139.
- Hall, Gillen, 2007 - *Hall N., Gillen J.* Purchasing Pre-Packed Words: Complaint and Reproach in Early British Postcards. / *Ordinary Writings, Personal Narratives: Writing Practices in 19th and Early 20th-Century Europe*, edited by Martyn Lyons. - Bern: Peter Lang. p. 101–17
- Huss, 2000 - *Huss M.-M.* Histoires de famille: cartes postales et culture de guerre. Paris.
- Östman, 2004 - *Östman, J.-O.* The Postcard as Media. / *Text & Talk—Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse* 24 (3). P. 423–42.
- Paul, 2006 - *Paul G.* Von der Historischen Bildkunde zur Visual History / *Visual History*. Ein Studienbuch. Göttingen.
- Quanchi, 2019 - *Quanchi M.* Postcards from the colonies : are postcards valuable as historical evidence? / The National Centre for History Education / <http://www.hyperhistory.org/site/index14.php?option=displaypage&Itemid=556&op>
- Rogan, 2005 - *Rogan B.* An Entangled Object: The Picture Postcard as Souvenir and Collectible, Exchange and Ritual Communication. / *Cultural Analysis* 4 (2005). P. 1–27.