

WIELKI MAŁY CZŁOWIEK W BIKORNIE. O IKONOGRAFII POTĘGI I UPADKU NAPOLEONA NA KARTACH POCZTOWYCH Z PIERWSZYCH DEKAD XX WIEKU*

BRYGIDA PAWŁOWSKA-JĄDRZYK

Wydział Nauk Humanistycznych UKSW
Faculty of Humanities,
Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw
b.pawlowska@uksw.edu.pl
ORCID 0000-0001-9900-2070

Autorka książki *Bogowie u władzy*, śledząc metamorfozy wizerunku Bonapartego, rozróżnia jego cztery oblicza: „Swą karierę rozpoczął jako niezwykły Bóg Wojny. Obejmując tron, został chrześcijańskim obrazem Boga na ziemi i narzędziem Pana Zastępów. Wkrótce jednak objawił się jako Antychryst i apokaliptyczna bestia. I to nie na długo, gdyż z chwilą śmierci ten niestrudzony Proteusz zmienił się w świętego męczennika i Chrystusa Narodów”¹. Z kolei w *Słowniku mitów i tradycji kultury* czytamy:

W dziełach historycznych i literackich własnego narodu i czasu, a także następnych pokoleń we Francji i w pozostałych krajach Europy postać Napoleona odbija się w sposób bardzo wieloraki [...]. Dla Francuzów był on naprzód rodzajem młodego herosa greckiego, później – tak jak Aleksander Wielki – despotą, wreszcie, po klęsce, awanturnikiem i uzurpatorem [...]. Wkrótce, a zwłaszcza po śmierci Napoleona, zobaczono go w całkiem innym świetle, jako Żołnierza Rewolucji, który pragnął przynieść światu ład, wolność i pokój, konającego powoli na bezludnej wyspie. Nim jeszcze zwłoki wróciły do ojczyzny, legenda zaczęła rosnąć².

* Wszystkie pocztówki wykorzystane w tekście pochodzą z kolekcji autorki.

¹ M. Milewska, *Bóg Wojny, święty Napoleon czy Antychryst?*, w: eadem, *Bogowie u władzy. Od Aleksandra Wielkiego do Kim Dzong Ila. Antropologiczne studium mitów boskiego władcy*, Gdańsk 2012, s. 82.

² W. Kopaliński, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 2003, s. 811.

Autor tych słów, Władysław Kopaliński, odnotowuje nazwiska licznych zwolenników i apologetów Bonapartego (w tej grupie wymienia m.in. znanych pisarzy, spośród Polaków: Adama Mickiewicza, Stefana Żeromskiego, Waława Berenta, Waława Gąsiorowskiego, Kazimierza Tetmajera) oraz jego zagorzałych przeciwników (takich jak Johann Gotlieb Fichte, Heinrich von Kleist, Walter Scott, Herbert George Wells, George Bernard Shaw, Lew Tołstoj), nie tracąc z pola widzenia faktu, że mit wybitnego Korsykanina zrazu szerzył się dzięki jego portretom rozpowszechnianym wśród ludu. Ogromna popularność masowo produkowanych wizerunków Napoleona (litografii, posążków, popiersi, a także portretów na kubkach, talerzach³ i innych wyrobach powszechnego użytku) trwała przez cały wiek XIX aż do roku 1914 w większości krajów europejskich i wielu pozaeuropejskich⁴. Można przyjąć, że o żywotności tych tendencji w popularnym obiegu kultury na początku wieku XX do wybuchu I wojny światowej świadczą ilustracje powielane na pocztówkach⁵, które zdobywają sobie wówczas coraz większe uznanie jako nowa forma komunikacji międzyludzkiej i przedmiot kolekcjonerski. (Okres od schyłku XIX stulecia do zakończenia Wielkiej Wojny bywa określany mianem „złotego wieku kart pocztowych”)⁶. Osoba Bonapartego oraz zwycięstwa i klęski cesarza Francuzów stanowią ich częsty temat.

³ Współcześnie fakt ten znalazł symboliczne odbicie np. w powieściach historycznych Haliny Popławskiej zatytułowanych *Talerz z Napoleonem* (t. 1. *Róża*, 1986; t. 2. *Anto*, 1988).

⁴ W. Kopaliński, op. cit., s. 813.

⁵ Pomysłodawcą słowa 'pocztówka' był Henryk Sienkiewicz. W sierpniu 1899 r. zorganizowano w Krakowie I Słowiańską Wystawę Kart Ilustrowanych; kolejnej tego rodzaju ekspozycji, która odbyła się rok później w Warszawie, towarzyszył konkurs na jednowyrazową nazwę karty pocztowej – zwyciężyła w nim propozycja autora *Quo vadis?*, wchodząc niemal natychmiast do języka potocznego. Paweł Banaś, *Orbis Pictus. Świat dawnej karty pocztowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2005, s. 17.

⁶ *Ibidem*, s. 16. Inne źródła wskazują na lata 1900–1914. J. Zieliński, *Historia karty pocztowej*, Krosno 1999, s. 34.

* * *



Il. 1a–1b. Francuskie pocztówki z ok. 1910 roku (część dziesięcioelementowego, ręcznie kolorowanego zestawu kart pocztowych) przedstawiające Napoleona w bikornie. Kolor jego kapelusza był z zasady jednolicie czarny (nie oddaje tego technika sepia, w której wykonano odbitki), co wyróżniało Bonapartego z tłumu marszałków i generałów, których nakrycia głowy przyozdabiano na złoto

Kunszt Napoleona obejmował zarówno biegłość w zakresie strategii wojskowych, jak i propagandowych⁷, a te ostatnie (obok podbojów terytorialnych) znajdowały przełożenie na przemiany mody i estetyki⁸. Z osobą słynnego wodza, będącego niewątpliwie mistrzem autopromocji, wiąże się wiele atrybutów oraz znamienych – autentycznych bądź wyobrażonych przez artystów – póz i gestów, których przedstawienia odnajdujemy w rzeźbie i na płótnach malarskich, a także na reprodukcjach rozpowszechnianych jeszcze długo po jego śmierci za pośrednictwem pocztówek.

Za znak rozpoznawczy Bonapartego uchodzi nade wszystko dwurożny kapelus – bikorn⁹, co raczej mało zaskakujące, gdyż „wojskowi i przywódcy

⁷ Na ten temat czytaj w: P. Dwyer, *Napoleon: The Path to Power 1769–1799*, London 2003; idem, *Citizen Emperor: Napoleon in Power 1799–1815*, London 2013.

⁸ Bonaparte znał społeczeństwo francuskie, w związku z czym doceniał znaczenie własnego wizerunku i mody dla umocnienia panowania. A. Banach, *O modzie XIX wieku*, Warszawa 1957, s. 192.

⁹ Bikorn, zwany też „pierogiem napoleońskim”, to „nakrycie głowy Napoleona I o specjalnym kroju, noszone tylko przez niego; *bicorne* (‘dwurożny’), trapezoidalny, o przednim rondzie niższym od tylnego; inni nosili bikorny półokrągłe, z reguły obszyte”. W. Kopaliński, op. cit., s. 812.

są swoistymi trendsetterami w tworzeniu mody na nakrycia głowy¹⁰. W czasach napoleońskich bikorn, wywodzący się z umundurowania wojskowego, zajęły miejsce arystokratycznego kapelusza trójrożnego (zazwyczaj noszono go w poprzek)¹¹ – w nim właśnie wodza Francuzów przedstawiano najczęściej. Bonaparte upodobał sobie skromny model z czarnego filcu, dekorowany jedynie wstążką lub rozetą (a nie złotą listwą – jak chciał jego nadworny malarz Jacques-Louis David)¹², i pozostał mu wierny do końca kariery wojskowej¹³. Wybór takiego nakrycia głowy z pewnością przyczynił się do utwierdzenia jego mitu jako prostego żołnierza – geniusza wojny, ale i towarzysza broni.

Jednak – by tak to ująć – Napoleon nie od razu został „człowiekiem z przysłoniętym czołem”. Co bardziej wyważeni komentatorzy, zdradzający ambiwalentny stosunek do jego osoby, tacy jak George Byron czy William Wordsworth, „rozdzielali ostro okres młodego Bonaparte’go od okresu cesarskiego”¹⁴, czemu zresztą sprzyjała ikonografia. Do ugruntowania legendy Napoleona jako dzielnego romantycznego buntownika przyczynił się zwłaszcza

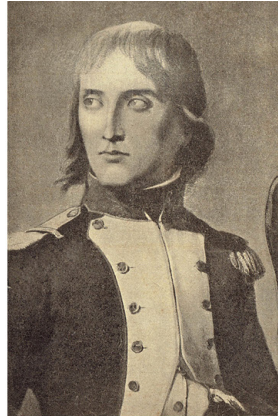
¹⁰ Fragment wypowiedzi Marcina Fedisza – kuratora wystawy *Cały teatr na naszej głowie*, zorganizowanej w Galerii Opera w Teatrze Wielkim - Operze Narodowej. Zob. *Cały teatr na naszej głowie* [katalog wystawy], red. A. Piętka, Warszawa 2017, s. 5. Autor, obok Napoleona i jego bikornów, przywołuje generała de Gaulle’a i degolówki oraz Lenina i leninówki.

¹¹ J. Dobkowska, J. Wasilewska, *W cieniu koronkowej parasolki. O modzie i obyczajach w XIX wieku*, Warszawa 2016, s. 46.

¹² Zob. np. *Napoleon przekraczający Przełęcz Świętego Bernarda w 1800 roku*. W latach 1801–1803 David namalował pięć podobnych wersji tego słynnego obrazu. Philippe Bordes, *Jacques-Louis David: Empire to Exile*, Yale University, 2007, s. 33–34. Zob. także płótno Paula Delaroche *Napoleon przekraczający Alpy* (1850) – notabene, reprodukcje tego dzieła bywają na dawnych pocztówkach błędnie przypisywane Eugène Delacroix.

¹³ Fason Napoleońskich bikornów z czasem nieco ewoluował, pozostał jednak zasadniczo niezmienny. Do dzisiaj ocalało ich około 19, w tym jeden noszony przez Cesarza podczas kampanii rosyjskiej i jeden spod Waterloo. Zachował się również słomkowy kapelusz z szerokim rondem noszony przez Bonaparte’go podczas zesłania na Wyspie Świętej Heleny. G. Glover, *Napoleon in 100 Objects*, Yorkshire, 2019, s. 227, 274.

¹⁴ W. Kopalinski, op. cit., s. 812.



Il. 2a–2c. Wizerunki młodego Napoleona. Od lewej: pocztówka z reprodukcją fragmentu obrazu A.-J. Grosa *Bonaparte à Arcole*, Musée de Versailles, A.N., Paris; inscenizowana pocztówka francuska, ok. 1910; Pierwszy Konsul, pocztówka polska, Wydawnictwo „Amazonka”

cza obraz Antoine’a-Jeana Grosa *Bonaparte na moście pod Arcole* (ok. 1797). Adam Zamoyski w kontekście tego płótna pisze wręcz o micie początku¹⁵.

Zacępnę spojrzenie i rozwiane włosy konotują młodzieńczą energię oraz siłę woli Napoleona sportretowanego przez Grosa. Jednak to nakryciu głowy przypisuje się istotną rolę symboliczną: podkreśla ono funkcję osoby je noszącej, dodając jej ważności przez optyczne powiększenie sylwetki, na czym zawsze szczególnie zależało najróżniejszym dostojnikom¹⁶. Zasada hieratyzacji przez ten atrybut nie do końca potwierdza się w przypadku Napoleona, a to z uwagi na styl umundurowania żołnierzy Wielkiej Armii, którzy często tworzyli tło w przedstawieniach swojego przywódcy (żołnierze niektórych formacji, np. grenadierzy i strzelcy konni, nosili na głowach tzw. bermyce, czyli bardzo wysokie „niedźwiedzie czapki”). Wobec tego

¹⁵ Autor obnaża wstydlive fakty związane z tematem dzieła Grosa: „W rzeczywistości Napoleon nie zbliżył się nawet do przeprawy. Próba ruszenia do ataku ze sztandarem w dłoni zakończyła się dla Napoleona kąpielą w rowie z wodą, do którego został zepchnięty przez członków swej świty uciekających przed gradem austriackich pocisków”. A. Zamoyski, *Napoleon. Człowiek i mit*, Kraków 2019, s. 195.

¹⁶ *Leksykon symboli*. Herder, przeł. J. Prokopiuk, red. L. Robakiewicz, Warszawa 2009, s. 48.



Cesarz!!

C'est l'Empereur!!



« QU'IL SE SERVE LE PETIT CAPORAL...
ON NE PEUT PAS !! »

Espriton 1808



ORANGE: MAŁY KAPRAL I WIELKI GRENADIER 1877



Парижский Салон.
1784. Въ Будонскомъ лагерѣ въ августѣ 1804 г.—Ж. Рубель.

Il. 3a–3d. Pocztówki z początku XIX wieku. Od góry, od lewej: polska, nakładem B-ci Rzepkowicz, ok. 1905 – czarny bikorn, wyraziście odcinający się od tła, oraz charakterystyczny szary szynel nie pozostawiają wątpliwości, z kim mamy do czynienia (wykrzyknienie „C'est l'Empereur!!”, włożone w usta rannego żołnierza, pełni tu głównie funkcję ekspresywną); inscenizowana francuska, 1908; polska, Mały Kapral i Wielki Grenadier, 1914; rosyjska, 1908

na wielkość „Małego Kaprala”¹⁷ – na jego wielkość jako mężnego wodza i nieustraszonego dowódcy – często wskazywano przez wywoływanie skojarzeń opartych na schemacie paradoksu, zgodnych z formułą „wielki mały człowiek”.

Warto w tym kontekście przypomnieć, że Napoleon – niejako wbrew mentalności oświecenia – rozpropagował uwznioślony typ męskości wojskowej, czerpiącej inspirację zarówno z *ancien régime*, jak i Wielkiej

¹⁷ *Le petit caporal* – nazwa nadana Bonapartemu z uwagi na jego niski wzrost przez kolegów ze szkół wojskowych; jak twierdzą inni – przez żołnierzy w kampanii włoskiej. W. Kopaliński, op. cit., s. 812.

Rewolucji Francuskiej, a utwierdzonej w wartościach honoru i sławy, co wiązało się z tendencjami do celebracji siły, odwagi i solidarności¹⁸. Wywyższeniu postaci Bonapartego na pocztówkach z omawianego okresu służyło najczęściej ukażywanie go w szczególnych – nie zawsze zgodnych z faktami – okolicznościach i dostojnych pozach (np. dzierżącego „wymierzony w przyszłość” teleskop), na okazałym – zazwyczaj białym czy siwym – rumaku. Do dziś niektórzy biografowie określają Napoleona mianem „Człowieka na Koniu”, z czym zresztą bywają kojarzone także negatywne oceny. Na przykład angielski historyk Paul Johnson dowodzi w swej krytycznej książce zatytułowanej po prostu imieniem Bonapartego, że „dzięki poezji Heinego, najpopularniejszego z niemieckich poetów, mit Napoleona, silnego władcy, »Człowieka na Koniu«, znalazł oddźwięk w Niemczech, wszechpotężne państwo stworzone przez jego wielbiciela Hegla stało się załącznikiem zarówno marksistowskiego, jak i nazistowskiego totalitaryzmu [...]»¹⁹.

Zreprodukowany tu słynny obraz Davida z 1802 roku, przedstawiający Napoleona na jasnym wierzchowcu przekraczającego Przełęcz Świętego Bernarda podczas marszu pod Marengo, stanowi „jeden z symboli napoleońskiej mitologii”;²⁰ w rzeczywistości Bonaparte pokonał Alpy na grzbiecie muła, ubrany w ochronny olejakiowy płaszcz²⁰.



Il. 4. Napoléon Bonaparte, Premier Consul – pocztówka francuska, Musée de Versailles

¹⁸ J.-P. Bertaud, *Męskość wojskowa*, w: *Historia męskości*, t. 2. XIX wiek. *Tryumf męskości*, red. A. Corbin, przeł. T. Stróżyński, Gdańsk 2020, s. 151 i nn.

¹⁹ P. Johnson, *Napoleon*, przeł. S. Baranowski, Kraków 2015, s. 175. Notabene, przywołany biograf szczególnie chętnie przyrównuje Napoleona do Hitlera i Mussoliniego – do tego ostatniego z uwagi na łączący ich kult starożytnego Rzymu.

²⁰ A. Zamojski, op. cit., s. 448.



Il. 5a-5h. „Człowiek na Koni”. Od góry, od lewej: statua Napoleona I w Cherbourgu (pocztówka francuska); kartka bez opisu; przejście Bonapartego przez Alpy (A. Trüb & CO., Lausanne, 1911); Napoleon pod Wagram, 1809 – detal z obrazu Horace’a Verneta (Stengel & Co., Dresden); reprodukcja obrazu Jeana-Louisa-Ernesta Meissoniera (Musée du Louvre); Van Driesten, Napoleon pod Leną, 1806, pocztówka francuska; Hippolyte Bellangé, Wagram (Stengel & Co., Dresden); Horace Vernet, Bitwa pod Leną, pocztówka francuska



Il. 6a: N. Checa *Napoleon v Egypté* (*Salon J.P.P. 2190 – J. Plichta, Praha*), 1921; 6b: Wojciech Kossak, *Les deux sphinx* (*Wydawnictwo Malarzy Polskich w Krakowie, Galicia*), ok. 1925

Wizerunki Bonapartego jako „Człowieka na Koniu” są dość typowe; podobnie ukazywano i innych wodzów, zwłaszcza tych, którzy nie mogli poszczycić się imponującym wzrostem (Napoleon mierzył 165 cm)²¹. Na tle takich przedstawień szczególnie interesująco prezentują się karty pocztowe upamiętniające podbój Egiptu (1798–1801). Idea tej wyprawy najpewniej zrodziła się z ambicji Korsykanina, by dorównać wielkiemu Aleksandrowi Macedońskiemu, dziś jednak, po z górą dwustu dwudziestu latach, określa się ją mianem „militarnego niewypału”²². Niezaprzeczalnie miała ona jednak bardzo ważne konsekwencje cywilizacyjne i kulturowe.

Czeska pocztówka z początku lat dwudziestych ukazuje scenę pod piramidami w aurze nieco odrealnionej, gdyż świat przedstawiony spowija

²¹ P. Johnson, op. cit., s. 25.

²² S. Leśniewski, *Podbój Egiptu przez Napoleona Bonapartego okazał się militarnym niewypałem. Ale Francja się na tej porażce wzbogaciła. Wzbogaciłmy się i my*, Wyborcza.pl, 16.07.2018 r., <https://wyborcza.pl/alehistoria/7,121681,23664929,podboj-egiptu-przez-napoleona-bonapartego-okazal-sie.html> (dostęp 3.04.2021).

rozproszone światło księżycy w pełni. Napoleon zobrazowany został na koniu niemal w centrum kompozycji, w taki sposób, że można odnieść wrażenie, iż widoczny na drugim planie starożytny posąg Wielkiego Sfinksa z Gizy – ów symbol władzy faraonów, milczący świadek przemijających tysiącleci, postrzegany (w tradycji ezoterycznej) jako „synteza całej wiedzy przeszłości”²³ – wpatruje się właśnie w niego. Efekt niezwykłości tej wizji zostaje wzmocniony przez dyskretną, ale znamiennej analogię: kształt głowy Napoleona, ukazanej z profilu i ujętej w kontur bikornu, jawi się niczym odwrócone odbicie jednostronnie oświetlonej głowy Sfinksa.

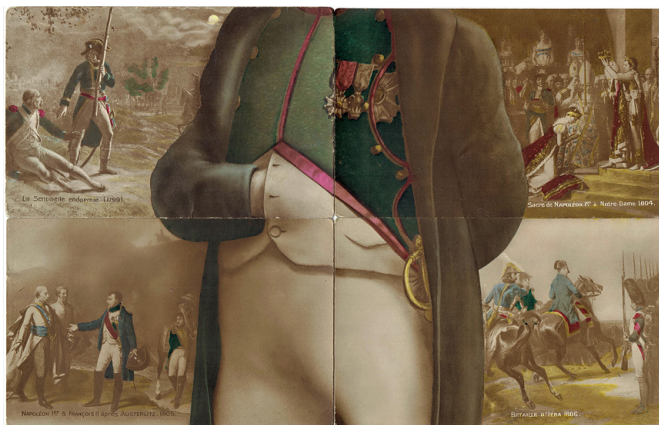
Z kolei na karcie pocztowej prezentującej płótno Wojciecha Kossaka z 1911 roku to Napoleon wpatruje się w, ukazany ze skosu, monument; stoi wyprostowany, w złączonych na plecach rękach trzyma czarny bikorn i spokojnie patrzy przed siebie – jakby odbywał audiencję u równego sobie dostojnika. W kontekście tego malowidła można mówić o zastosowaniu przez artystę hiperboli wizualnej (będącej, notabene, ulubioną figurą dawnych i współczesnych propagandzistów oraz twórców reklam)²⁴, gdyż sylwetka Napoleona wydaje się nieproporcjonalnie duża w stosunku do rozmiarów nieodległego posągu. Przesadnia ukierunkowuje uwagę interpretatora ku sensom naddanym, nie dziwi więc, że na omawianej pocztówce wykorzystano jeden z kilku tytułów obrazu Kossaka²⁵ – ten właśnie, a nie inny – *Dwa Sfinksy (Les deux sfinx)*...

²³ Por. hasło 'sfinks' w: J.E. Cirlot, *Słownik symboli*, przeł. I. Kania, Kraków 2007, s. 367.

²⁴ B. Pawłowska-Jądrzyk, *Perswazja jako sztuka uwodzielejskiej przesady. Próba typologii hiperbol wizualnych*, w: eadem, *Zarys poetyki uwodzenia. O strategiach perswazyjnych w reklamie wizualnej*, Warszawa 2021, s. 73–119.

²⁵ Wymieniony obraz artysta malował kilkakrotnie, powtarzając ten motyw w nieco odmiennych ujęciach i wariantach kompozycyjnych. Inne jego tytuły brzmią następująco: *Napoleon przed Sfinksem*, *Napoleon w Egipcie*. Zob. artinfo.pl, 030. *Wojciech Kossak*, <https://artinfo.pl/dzielo/napoleon-i-sfinks-1911> (dostęp 3.04.2021). Malowidła i fragmenty panoram Wojciecha Kossaka, należącego do najwybitniejszych polskich batalistów i bonapartystów, były przed I wojną światową często reprodukowane na pocztówkach przez Wydawnictwo Salonu Malarzy Polskich w Krakowie; dwa spośród najczęściej powtarzających się tytułów to: *Wizja Napoleona – Vision Imperiale*, „*Sic transit gloria mundi*” (palenie sztandarów – fragment panoramy *Berezyna*).

* * *



Il. 7a–7d. Dalsza część dziesięcioelementowego zestawu kart pocztowych z ok. 1910 roku, obrazująca jeden z najczęściej prezentowanych gestów Napoleona

Jak ujmuje to Juan Eduardo Cirlot: „idea władzy, wywierając bezpośredni wpływ na ciało i jego postawę, zaczyna oddziaływać wprost na jej dzierżyciela, sprawiając, że okazuje on w swym zachowaniu nieporuszoność, rzeczywistość bądź udawaną obojętność, spokój, wreszcie wyniosłość”²⁶. W pracach dotyczących znaczenia mowy ciała do opisu gestów podkreślających autorytet, wyrażających poczucie pewności siebie, wyższości bywa przywoływany właśnie przykład Napoleona. Bonaparte wręcz automatycznie kojarzony jest z gestem, który – jak twierdzą autorzy opracowań historycznych – bynajmniej nie należał do jego zwyczajowych zachowań (dłoń wsunięta pod kamizelkę, wystawiony na wierzch kciuk), co zawdzięcza niewątpliwie swoim portrecistom, w szczególności Jacquesowi-Louisowi Davidowi²⁷.

Inną z pozycji charakterystycznych dla przedstawień stojącego Napoleona, uznawaną dziś za powszechną wśród przywódców oraz członków rodzin królewskich, obrazuje karta pocztowa z reprodukcją malowidła Wasilija

²⁶ Zob. hasło ‘władza’ w: J.E. Cirlot, op. cit., s. 454.

²⁷ *Gesty dłoni i kciuków*, <https://utw.uj.edu.pl/documents/6082181/3401fc94-52b-8-414b-8a92-b2f1bff3708c> (dostęp 4.04.2021).



Il. 8a–8d. Pozy typowe dla przedstawień Napoleona. Od lewej: Napoleon I à la Malmaison, (G. P., le dessin d'Inchep), Versailles; następnie dwie pocztówki reprodukujące malowidła Wasilija Wierieszczagina: Napoleon w Pałacu Pietrowskim (zapisana po polsku, 1921); Napoleon pod Moskwą oczekuje na deputację bojarów (rosyjska z 1914 roku); Pożoga Kremla, M. Orange, Salon de Paris

Wierieszczagina²⁸: wypięzona sylwetka i ręce złożone – dłoń w dłoń – za plecami²⁹. Oczywiście monumentalizacji wodza Francuzów sprzyja także umieszczenie jego sylwetki w centrum przedstawienia oraz wyniesienie jej ponad przeciętny poziom podłoża i ponad inne postacie (wykorzystanie symboliki poziomu i środka)³⁰, które w tle zostały zresztą zaledwie zaznaczone szarymi plamami.

Ciekawy sposób uwypuklenia postaci Bonapartego przynosi pocztówka prezentująca pożogę Moskwy we wrześniu 1812 roku, podczas okupacji stolicy Rosji przez wojska napoleońskie. (Kataklyzm ten, zaliczany do najsłynniejszych pożarów w dziejach³¹, jak wiadomo, okazał się momentem zwrotnym w kampanii rosyjskiej, gdyż zmusił Wielką Armię do fatalnego

²⁸ Na temat cyklu napoleońskich obrazów Wasilija Wierieszczagina, będących podstawą wielu kart pocztowych, zob. Wikipedia, 1812 rok (cykl obrazów Wasilija Wierieszczagina), [https://pl.wikipedia.org/wiki/1812_rok_\(cykl_obraz%C3%B3w_Wasilija_Wierieszczagina\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/1812_rok_(cykl_obraz%C3%B3w_Wasilija_Wierieszczagina)) (dostęp 3.03.2022).

²⁹ „Z gestem tym związane jest poczucie wyższości, pewności siebie i władzy. Wykonująca go osoba eksponuje narażone na atak okolice brzucha, serca, krocza i gardła w podświadomym akcie odwagi”. Ibidem, s. 169.

³⁰ Zob. hasło ‘władza’ w: J.E. Cirlot, op. cit., s. 454.

³¹ W. Kopaliński, op. cit., s. 1024.

w skutkach odwrotu). Scenka ma charakter dynamiczny: Napoleon – i tu ukazany w centrum kompozycji – zdecydowanym krokiem przemierza pobożowisko i zdaje się ignorować dramatyczne gesty zwracającego się doń mężczyzny. Surowej, a nawet nieco złowrogiej, powagi jego postaci, okolonej – jak wszystko inne – kłębam dymu oraz krwistą poświatą, dodaje charakterystyczny motyw drugiego planu: po chwili uważniejszej kontemplacji tła obrazu dostrzegamy, że sporych rozmiarów cień, widoczny na murze, „powtarza” i intensyfikuje (przez powiększenie) zars profilu oraz kształt głowy Człowieka w Bikornie, który tym samym zdaje się górować nad zgłiszczami – niczym przyczajony drapieżny ptak.

Napoleoński bikorn to atrybut bardzo „wymowny” i wieloznaczeniowy: nie tylko wyjątkowo podatny na wielorakie symbolizacje, ale i zapewniający natychmiastową rozpoznawalność genialnego wodza, w różnych jego artystycznych przedstawieniach (por. karty pocztowe prezentujące konny pomnik Napoleona w Cherburgu oraz, inspirowaną antyczną Kolumną Trajana, statuę z placu Vendôme w Paryżu – il. 5a, 9a). Na pocztówkach z początków XX wieku „żołnierskie” wizualizacje Bonapartego zdecydowanie przeważają nad tymi nacechowanymi splendorem i dworskim przepychem. Stosunkowo niewiele z nich prezentuje sceny z okresu, kiedy Napoleon przestoczył się z Pierwszego Konsula w cesarza i zaczął się portretować w stroju sugerującym, że należy go traktować jako spadkobiercę cesarza starożytnego Rzymu: w królewskich pozach i złotym wieńcu z liści laurowych na głowie, będącym od wieków symbolem zwycięstwa (*corona triumphalis*).

W tym kontekście warto odnotować, że w imperium Napoleona istotnym orężem władzy stały się klejnoty (zwłaszcza kameo-portrety)³². Zatrudnieni przez niego jubilerzy stworzyli styl *empire*, odznaczający się ostentacyjnym przepychem oraz symboliką kojarzoną ze splendorem i potęgą. Cesarz Francuzów pochodził ze skromnej korsykańskiej rodziny, w związku z czym, co się podkreśla, nie posiadał dynastycznego zaplecza ani tradycji, jakimi mogli się poszczycić jego królewscy poprzednicy – Burbonowie. Jak dodaje Ewa Letkiewicz: „nie mając symboli własnych, sięgnął do cudzych. Wódz zwycięskich kampanii, odnoszący sukcesy militarne, czuł się spad-

³² Omówienie tych zagadnień przynosi następująca praca: E. Letkiewicz, *Polityczne konteksty sztuki. Klejnoty w imperium Napoleona*, http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_18778_2084-851X_06_06 (dostęp 2.05.2021).



Il. 9 a–9e. Cesarz Napoleon I – francuskie karty pocztowe. Od góry, od lewej: kolumna z posągami Napoleona na placu Vendôme, z 1908 roku; Napoléon I, Empereur, podstawa – płótno z pracowni François Gérarda, Musée de Versailles, 1930; Jean-Auguste-Dominique Ingres, Apoteoza Napoleona I, Musée du Louvre – École Française; Napoleon I koronuje Józefinę na cesarzową, fragment obrazu J.L. Davida Le Sacre (1806), Musée du Louvre, 1913; kartka z dwunastoelementowego zestawu pocztówek prezentującego na pierwszym planie rysunkowy portret konny Napoleona, „Croissant” (Ch. Fontane, Éditeur – Paris, ok. 1910)

kobiercą wielkich poprzedników: Aleksandra Wielkiego, Hannibala, Karola Wielkiego. Czerpał ze sprawdzonych, najszczytniejszych wzorów i rozpoczął prace nad budowaniem swojego wizerunku, wykorzystując w tym celu klejnoty³³. A skłaniał się zwłaszcza ku wzorcom starożytnym oraz tradycjom Merowingów i Karolingów³⁴. Lansowany przez Napoleona i Józefinę

³³ Ibidem, s. 112.

³⁴ „Flagowym” klejnotem cesarstwa stały się gemmy, które Napoleon wprowadził na salony; nimi właśnie przyozdobiono cesarską koronę (zob. A. Cudowska, *Kamea w kulturze europejskiej od czasów starożytnych do współczesności*, w: *Rzecz w kulturze*,

styl epatował przepychem podczas ceremonii koronacji Bonapartego na cesarza Francuzów, która odbyła się w katedrze Notre-Dame 2 grudnia 1804 roku (uroczystość tę uwiecznia znany, powstały w latach 1806–1807, obraz Davida, którego fragment przedstawia zaprezentowana powyżej pocztówka)³⁵. Bonaparte pozwolił sobie wówczas na śmiałe posunięcie. Najpierw kazał papieżowi czekać na siebie przez cztery godziny w wyiębionej katedrze, by potem pozbawić go znaczącej roli w uroczystości. Mimo że – zgodnie z wcześniejszymi uzgodnieniami – Pius VII miał usankcjonować koronację i przewodniczyć ceremonii, Napoleon sam wziął obie korony, najpierw umieścił jedną na swojej głowie, a potem drugą – na głowie Józefiny. „Istnieją kontrowersje, co do tego, czy jego gest był spontaniczny, i czy został zaakceptowany przez papieża”³⁶. Z pewnością jednak gest ten stał się wyrazistą manifestacją potęgi cesarza i siły stworzonego przez niego imperium. Upadek z tak wysokiego szczytu musiał mieć charakter spektakularny...

* * *

W pierwszych dekadach XX wieku trwałość mitu Napoleona znajduje potwierdzenie w powielaniu jego wizerunków, co – z powodów politycznych nie bez zaskoczenia – obserwujemy także w państwach takich jak Rosja czy Niemcy³⁷. Oczywiście część spośród tych przedstawień prezentuje klęski Bonapartego, biorąc jednak pod uwagę analizowany tu materiał (czyli karty

red. B. Pawłowska-Jądrzyk, D. Dąbrowska, Warszawa 2016, s. 51–64). Z dawnego dziedzictwa merowińskiego zaczerpnął zaś Napoleon motyw pszczoł, czyniąc z niego „jeden z najpopularniejszych symboli cesarstwa i heraldyki napoleońskiej”. Zob. E. Letkiewicz, op. cit., s. 120.

³⁵ Niektóre źródła podają, że Napoleon obie korony wziął z ołtarza; inne, że koronę przeznaczoną dla siebie wyjął z rąk papieża – i że tę właśnie chwilę miało przedstawiać zamówione przez niego u Davida monumentalne dzieło, co trzeba by uznać za raczej mało dyplomatyczne (J. Dobkowska, J. Wasilewska, *W cieniu koronkowej parasolki*, op. cit., s. 47). Ostatecznie zdecydowano się na przedstawienie na płótnie Napoleona koronującego Józefinę.

³⁶ P. Johnson, *Napoleon*, op. cit., s. 54.

³⁷ Mitowi temu ponoć ulegał sam Arthur Wellesley (książe Wellington) – brytyjski pogromca Bonapartego spod Waterloo. „W czasie ostatecznego wygnania Napoleona Wellington miał sypiać z dwiema jego kochankami [m.in. z ówczesną pięknoscią, włoską śpiewaczką operową Josephiną Grassini – przyp. B.P.-J.], a przeżywszy przeciwnika o 20

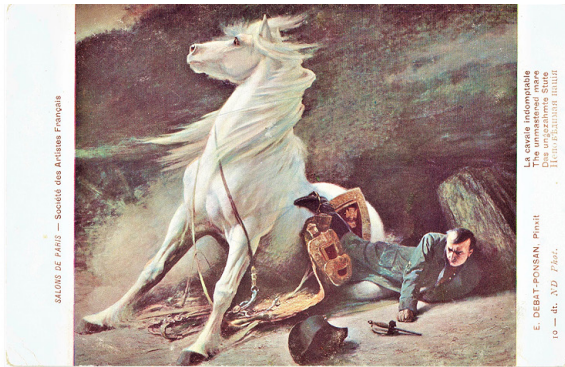


Il. 10a–10d. Dalsza, ostatnia już, część dziesięcioelementowego zestawu kart pocztowych datowanych na ok. 1910 rok

pocztowe wydawane wówczas w różnych krajach europejskich), trudno nie odnieść wrażenia, że i w sposobach ukazywania niepowodzeń dochodzi do głosu – świadomy bądź mimowolny – respekt dla „upadłego kolosa”.

Wieloelementowe zestawy napoleońskich pocztówek pochodzących z pierwszych dziesięcioleci XX wieku najczęściej są skomponowane według określonego schematu. Zawierają 10–12 kart, przy czym na pierwszy plan utworzonego z nich obrazu wysuwa się wielki (złożony ze wszystkich bądź prawie wszystkich elementów składowych) wizerunek Bonapartego. Przedstawienia umieszczone w tle górnych i środkowych partii zestawu z zasady opiewają zwycięskie bitwy Napoleona oraz inne ważne dla niego ceremonie czy wydarzenia (takie jak koronacja, narodziny syna); partie dolne to przestrzeń przeznaczona do prezentacji schyłku jego potęgi i końca życia (kampanii rosyjskiej 1812 roku, abdykacji w Fontainebleau, powrotu z Elby, internowania na Wyspie Świętej Heleny, sarkofagu w Kościele Inwalidów itd.). Temat klęski i upadku znajduje jednak szczególnie interesujące realizacje nie tyle w zestawach kart, ile na pojedynczych pocztówkach. Poza przedstawieniami o charakterze realistycznym (takimi np. jak obrazy scen

lat, wypełniał swoje bogate domostwa napoleońskimi pamiątkami”. Zob. J. Cummins, *Najwięksi rywale w historii*, przeł. T. Łuczak, Warszawa 2010, s. 176.



Il. 11. Pocztówka francuska z 1913 roku (Salons de Paris): Édouard Debat-Ponsan, Nieokiełznana klacz

bitewnych spod Waterloo)³⁸ przynoszą one niekiedy sugestywne ujęcia symboliczne czy alegoryczne.

Przypadek zaakcentowania znaczeń naddanych ilustruje powyższa pocztówka francuska sprzed I wojny światowej; można się w niej dopatrywać alegorii otwartej (*alegoria permixta apertis*), tzn. takiej, która niesie przekaz dosłowny, jak i przenośny³⁹. Umieszczona na pocztówce reprodukcja przedstawia dynamiczną scenę upadku Napoleona z konia: wódz Francuzów stara się wyswobodzić z siodła narowistego białego rumaka, który niemal przygniata mu nogę swym cielskiem. Od wieków umaszczeniu konia nadawano znaczenie symboliczne, przy czym już od starożytności z ciemną barwą sierści łączono cechy negatywne (konie o ciemnym umaszczeniu poświęcano bogom podziemia), z jasną zaś pozytywne (białe zwierzęta ofiarowywano bogom niebiańskim); zwycięzców tryumfalnie obwożono po Rzymie białymi zaprzęgami, „mówiono też, że białej maści był Bucefał, słynny rumak okiełznany przez Aleksandra Wielkiego”⁴⁰. Na omawianej

³⁸ Metropostcard.com, Warfare in the Age of Napoleon: *Waterloo, Exile and Legacy*, <http://www.metropostcard.com/war3f.html> (dostęp 29.05.2021).

³⁹ Zob. M. Rusinek, *Retoryka obrazu. Przyczynek do percepcyjnej teorii figur*, Gdańsk 2012, s. 67.

⁴⁰ L. Impelluso, *Natura i jej symbole. Rośliny i zwierzęta*, przeł. H. Cieśla, Warszawa 2006, s. 257. W kontekście omawianej tu pocztówki warto dodać, że Ojcowie Kościoła nadawali koniowi znaczenia negatywne, czyniąc zeń m.in. atrybut lubieżności; na



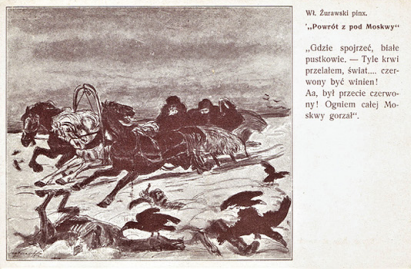
Il. 12. Paul Delaroche, Napoleon in Fontainebleau, pocztówka niemiecka, Stengel & Co.

pocztówce w pewnej odległości od Napoleona, który – jak się domyślamy – spadając z narowistego konia, o mały włos uniknął roztrzaskania głowy o leżący na ziemi głaz, dostrzegamy dwa znaczące przedmioty: jeden uplasowany niemal w zasięgu ręki nieszczęsnego jeźdźca wydaje się rękojeścią złamanej szabli, nieco dalej zaś (dokładnie w centrum pierwszego planu) widzimy zrzucony bikorn. W danym kontekście obrazowym słynne Napoleońskie nakrycie głowy kojarzy się ze strąconą koroną, co dodatkowo motywowane jest przez bordowo-złotą kolorystykę ukazanego obok siodła, dobrze znaną z oprawy dworskich uroczystości. Podobną funkcję zdaje się pełnić poniewierający się po podłodze bikorn na niemieckiej pocztówce z reprodukcją obrazu ucznia Antoine-

Jean Grosa – akademika Paula Delaroche’a, która przedstawia zadumanego Napoleona po abdykacji w Fontainebleau (zob. w tle zmultiplikowaną koronę jako jeden z motywów zdobiących ścianę).

Dla zwiększenia sugestywności przedstawień klęsk Napoleona stosowano także bardziej oczywistą symbolikę (por. kruki pożerające padlinę na – wzbogaconej tekstem słownym – kartce z reprodukcją ilustracji Władysława Żurawskiego) oraz całkiem proste zabiegi związane chociażby z operowaniem skalą. Na zamieszczonych tu pocztówkach, przedstawiających odwrót spod Moskwy, Napoleon jest skulony i pozbawiony majestatu, co – poza układem jego sylwetki – w sposób metonimiczny zdaje się podkreślać także niewielki, jakby skurczony bikorn. Ponadto pokonanego władcę Francuzów raczej prezentuje się siedzącego w saniach niż na koniu (a czasami nawet idącego na piechotę i podpierającego się laską; zob. il. 14b).

moralizatorskich malowideł średniowiecznych ilustrujących siedem grzechów głównych postać zrzucona z konia stanowiła alegoryczne przedstawienie Pychy (ibidem).



Il. 13a–13d: od góry, od lewej: pocztówka z edycji Józefa Zastowskiego, Cracowie-Varsovie; pocztówka wydana nakładem B-ci Rzepkowicz (reprodukcja pracy Józefa Ryszkiewicza), Warszawa, do 1905 roku (tzw. długi adres); Napoleon w Rosji, pocztówka wydana nakładem A.J. Ostowskiego, Łódź–Warszawa (reprodukcja obrazu Józefa Chełmońskiego); odwrót Napoleona z Rosji, pocztówka rosyjska, 1912

Kartki poświęcone niefortunnej kampanii Bonapartego z 1812 roku, będące reprodukcjami płócien Wasilija Wierieszczagina, przynoszą także unikalne przedstawienia Napoleona na grubej futrzanej czapie. Z jednej strony takie nakrycie głowy akcentuje realia srogiej zimy, której Rosjanie tak wiele zawdzięczają, z drugiej zaś – zdaje się nabierać ono znaczenia symbolicznej degradacji wodza Francuzów, pozbawionego atrybutu, który od dawna kojarzono z niezwyciężoną potęgą.

Spośród pocztówek odnoszących się do schyłku życia Bonapartego wciąż bodaj najsilniej oddziałują na emocje te, które przedstawiają zesłanie niedgysiejszego „Boga Wojny” na Elbę oraz Wyspę Świętej Heleny. Co ciekawe, większość z nich odwołuje się do estetyki wzniosłości i bazuje na analogicznym koncepcie: ukazują osamotnionego Napoleona-banitę na tle bezmiaru przyrody (często nad morskim urwiskiem), uparcie wpatrzonego w bezmiar wody czy poza linię horyzontu. Zazwyczaj tu także pojawia się bikornie. Można się spierać, czy w danym kontekście to nakrycie głowy stanowi parodię

korony (tj. swoistą karykaturę dawnej potęgi) czy raczej symbol paradoksalności ludzkiego losu, który ostatecznie przygniata nawet swoich wybrańców ciężarem zaprzeczonych marzeń, wypaczonych idei i niespełnienia.

Chyba żadna nacja, a na pewno „żadna dziedzina sztuki nie pozostała [...] obojętna wobec tego »człowieka, który mógł wszystko, gdyż wszystkiego pragnął«, jak napisał Balzac⁴¹. Nie tylko imaginacja romantyków, ale i wielu późniejszych pokoleń uległa kliwej wizji samotnego końca Bonapartego na odległej, obmywanej falami wyspie. Cóż bardziej fascynującego dla wyobrażeń mas niż Napoleon – wygnany cesarz i „Bóg Wojny”, z którego w końcu okrutnie zakpił los, Napoleon – osamotniony geniusz, pogrążony w snach o minionej potędze, Napoleon – mała ludzka istota nad urwiskiem, zaledwie punkcik na tle bezkresu oceanu? Tego rodzaju przedstawienia, dzięki kartom pocztowym bardzo rozpowszechnione w pierwszych dekadach XX wieku, nieuchronnie przekształcają klęskę, cierpienie i śmierć upadłego herosa w „sentymentalną idyllę⁴², czyniąc go jednym z najpotężniejszych władców wyobraźni zbiorowej⁴³, a poniekąd i królem kiczu.

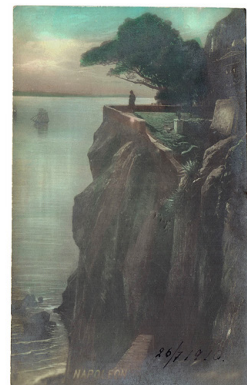
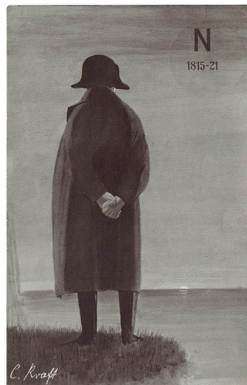
⁴¹ J. Tulard, *Napoleon – mit zbawcy*, przeł. K. Dunin, Warszawa 2003, s. 491.

⁴² „Mawia się często, że jedną z właściwości kiczu jest neutralizowanie »sytuacji skrajnych«, zwłaszcza śmierci, poprzez przekształcanie ich w sentymentalną idyllę. Jest to niewątpliwie prawda na poziomie produkcji kiczu, ale nie na poziomie indywidualnego doświadczenia, kiedy ktoś musi sobie śmierć wyobrazić albo stanąć z nią twarzą w twarz”. S. Friedländer, *Refleksy nazizmu. Esej o kiczu i śmierci*, przeł. M. Szuster, wstęp P. Śpiewak, Warszawa 2011, s. 41–42. Zob. też: L. Giesz, *Phänomenologie des Kitches*, Munich 1971, s. 39.

⁴³ Friedländer rozpatruje kwestię, czy można w legendzie Napoleona dostrzec wyjaśnienie „atrakcyjności »persony« Hitlera dla dzisiejszej wyobraźni”, dochodząc do następujących wniosków: „Być może po części tak jest, ale w moim odczuciu fascynacja stanowiąca oś nowego [tj. rozwijającego się od lat 60. XX wieku – przyp. B.P.-J.] dyskursu na temat nazizmu wyrosła na innym gruncie. Albowiem charyzma Napoleona tym się różni od charyzmy Hitlera, czym kariera, która w pewien mglisty sposób wiąże się jednak z dziełem całego życia, od kariery, której trajektoria mogła prowadzić tylko w pustkę. Jakaś potęga wyszła z nicości i obróciła się w nicość, zdobywszy olbrzymią władzę, rozpętała wojnę bez precedensu w dziejach i dopuściła się niewyobrażalnych zbrodni – potęga, która rozerwała świat na strzępy tylko po to, by następnie pogrążyć się w nicości. Ten absolutny nihilizm bardzo szybko stał się najbardziej tajemniczym elementem wizerunku Hitlera”. S. Friedländer, op. cit., s. 64–65.



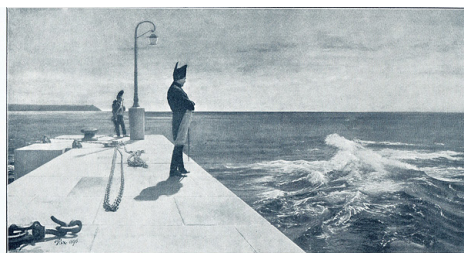
Il. 14a–14c, od lewej: Napoleon w Rosji – reprodukcje obrazów Wasylija Wierieszczagina; pocztówka polska (fragm.); kartka niezapisane, pochodzenia nie ustalono



Il. 15a–15e, od lewej, od góry: pocztówka z edycji Polonia Kraków; ostatni przegląd Napoleona; ranny orzeł, kartka z polskimi napisami, 1916; pocztówka niemiecka z 1910 roku; pocztówka z 1910 roku



Il. 16a-16d. Pocztówki, od lewej: francuska, niedatowana; niemiecka, niedatowana; rosyjska, 1933; czeska, niedatowana



Il. 17-18. góra: Marzenia Napoleona, pocztówka polska; dół: „Ještě naděje” („Jest jeszcze nadzieja”), pocztówka czeska, niezapisana, Nákladem Zemského cizineckého skazu v Brně

Postscriptum wizualne



Bibliografia

- Banach Andrzej, *O modzie XIX wieku*, PIW, Warszawa 1957.
- Banaś Paweł, *Orbis Pictus. Świat dawnej karty pocztowej*, Wydawnictwo UW, Wrocław 2005.
- Bertaud Jean-Paul, *Męskość wojskowa*, w: *Historia męskości*, t. 2. *XIX wiek. Tryumf męskości*, red. A. Corbin, przeł. T. Stróżyński, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2020.
- Bordes Philippe, *Jacques-Louis David: Empire to Exile*, Yale University, b.m.w. 2007.
- Cirlot Juan Eduardo, *Słownik symboli*, przeł. I. Kania, Znak, Kraków 2007.
- Cudowska Anna, *Kamea w kulturze europejskiej od czasów starożytnych do współczesności*, w: *Rzecz w kulturze*, red. B. Pawłowska-Jądrzyk, D. Dąbrowska, Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2016.
- Cummins Joseph, *Najwięksi rywale w historii*, przeł. T. Łuczak, Świat Książki, Warszawa 2010.
- Dobkowska Joanna, Wasilewska Joanna, *W cieniu koronkowej parasolki. O modzie i obyczajach w XIX wieku*, Arkady, Warszawa 2016.
- Dwyer Philip, *Citizen Emperor: Napoleon in Power 1799–1815*, Bloomsbury Academic, London 2013.
- Dwyer Philip, *Napoleon: The Path to Power 1769–1799*, Bloomsbury Publishing PLC, London 2003.
- Friedländer Saul, *Refleksy nazizmu. Esej o kiczu i śmierci*, przeł. M. Szuster, wstęp P. Śpiewak, Wydawnictwo UW, Warszawa 2011.
- Giesz Ludwig, *Phänomenologie des Kitches*, Wilhelm Fink Verlag, Munich 1971.
- Glover Gareth, *Napoleon in 100 Objects*, Pen & Sword Books, Yorkshire 2019.
- Impelluso Lucia, *Natura i jej symbole. Rośliny i zwierzęta*, przeł. H. Cieśla, Arkady, Warszawa 2006.
- Johnson Paul, *Napoleon*, przeł. S. Baranowski, Vis-a-Vis / Etiuda, Kraków 2015.
- Kopaliński Władysław, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Oficyna Wydawnicza Rytm, Warszawa 2003.
- Milewska Monika, *Bóg Wojny, święty Napoleon czy Antychryst?*, w: eadem, *Bogowie u władzy. Od Aleksandra Wielkiego do Kim Dzong Ila. Antropologiczne studium mitów boskiego władcy*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2012.
- Pawłowska-Jądrzyk Brygida, *Zarys poetyki uwodzenia. O strategiach perswazyjnych w reklamie wizualnej*, Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2021.
- Piętka Aleksandra (red.), *Cały teatr na naszej głowie* [katalog wystawy], Teatr Wielki - Opera Narodowa, Warszawa 2017.
- Robakiewicz Lech (red.), *Leksykon symboli. Herder*, przeł. J. Prokopiuk, Dom Wydawniczy tCHu, Warszawa 2009.
- Rusinek Michał, *Retoryka obrazu. Przyczynek do percepcyjnej teorii figur*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2012.
- Tulard Jean, *Napoleon – mit zbawcy*, przeł. K. Dunin, Świat Książki, Warszawa 2003.

Zamojski Adam, *Napoleon. Człowiek i mit*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2019.
 Zieliński Jerzy, *Historia karty pocztowej*, Muzeum Rzemiosła w Krośnie, Krosno 1999.

Źródła internetowe

- Artinfo.pl, 030. *Wojciech Kossak*, <https://artinfo.pl/dzielo/napoleon-i-sfinks-1911> (dostęp 3.04.2021).
- Gesty dłoni i kciuków*, <https://utw.uj.edu.pl/documents/6082181/3401fc94-52b8-414b-8a92-b2f1b3708c> (dostęp 4.04.2021).
- Leśniewski Sławomir, *Podbój Egiptu przez Napoleona Bonapartego okazał się militarnym niewypałem. Ale Francja się na tej porażce wzbogaciła. Wzbogaciliśmy się i my*, Wyborcza.pl, 16.07.2018, <https://wyborcza.pl/alehistoria/7,121681,23664929,podboj-egiptu-przez-napoleona-bonapartego-okazal-sie.html> (dostęp 3.04.2021).
- Letkiewicz Ewa, *Polityczne konteksty sztuki. Klejnoty w imperium Napoleona*, http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_18778_2084-851X_06_06 (dostęp 9.08.2022).
- Metropostcard.com, Warfare in the Age of Napoleon: *Waterloo, Exile and Legacy*, <http://www.metropostcard.com/war3f.html> (dostęp 9.08.2022).
- Wikipedia, hasło: '1812 rok (cykl obrazów Wasilija Wierieszczagina', [https://pl.wikipedia.org/wiki/1812_rok_\(cykl_obraz%C3%B3w_Wasilija_Wierieszczagina\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/1812_rok_(cykl_obraz%C3%B3w_Wasilija_Wierieszczagina)) (dostęp 3.03.2022).

Źródła ilustracji

Wszystkie pocztówki pochodzą z kolekcji autorki.

Big Little Man in the Bikorn. On the Iconography of Napoleon's Power and Fall on Postcards from the First Decades of the 20th Century

The huge popularity of mass-produced images of Napoleon Bonaparte (lithographs, statuettes, busts, plates etc.) lasted throughout the 19th century until 1914 in many countries. It can be assumed that the vitality of these trends in the popular circulation of culture at the beginning of the 20th century until the outbreak of World War I is evidenced by illustrations reproduced on postcards, which are then gaining more and more recognition as a new form of interpersonal communication and as a collector's item. The author of the article analyzes the postcard representations of Napoleon, paying special attention to the symbolic aspects of the headgear in which the great Corsican was presented. Napoleon fascinated as a great leader, but also as a "fallen colossus". The article shows, inter alia, that ever since the romanticism human imagination succumbed to the mocking vision of Bonaparte's lonely end on a distant island. Such representations, very widespread thanks to postcards at the beginning of the 20th century, inevitably transform the defeat, suffering and

death of a fallen hero into a “sentimental idyll”, making Napoleon one of the most powerful rulers of the collective imagination and, in a sense, the king of kitsch.

Keywords: Napoleon Bonaparte; old postcards; aesthetics of the imagination; kitsch; bicorn; symbolism of headgear

Data przesłania tekstu: 3.03.2022

Data zakończenia procesu recenzyjnego: 26.04.2022

Data przyjęcia tekstu do publikacji: 28.04.2022