

RU

Политические плакаты эпохи перестройки как социокультурное и коммуникативно-прагматическое единство

Мухаметшина Д. Р.

Аннотация. Статья посвящена выявлению особенностей взаимодействия знаков, принадлежащих разным семиотическим системам, в контексте советских политических плакатов эпохи перестройки. Цель настоящего исследования - выявить специфические (универсальные и индивидуальные) характеристики плакатов эпохи перестройки как поликодовых текстов. Данные тексты рассматриваются как особые образования, которые воспринимаются через зрительный канал коммуникации, в них соединяются вербальный, графический и иконический коды. Научная новизна обусловлена малоизученностью советских политических плакатов эпохи перестройки с точки зрения структуры, экстралингвистической основы и функционирования элементов гетерогенного (нелинейного) текста и заключается в том, что впервые для анализа выбраны советские политические плакаты периода перестройки, т.к. их содержание сообщает сведения о ценностных установках, политических предпочтениях и мировоззрении человека, как правило, они несут прагматическую установку - выступают инструментом воздействия на отдельного индивида и целые социальные группы. В результате доказано, что специфика данных текстов обусловлена авторской лингвопрагматикой и экстралингвистическими факторами.

EN

Political Posters of the Perestroika Period as a Socio-Cultural and Communicative-Pragmatic Unity

Mukhametshina D. R.

Abstract. The paper is devoted to identifying the features of the interaction between signs belonging to different semiotic systems in the context of Soviet political posters of the perestroika period. The study aims to identify the specific (universal and individual) characteristics of posters of the perestroika period as polycode texts. These texts are considered as special formations that are perceived through the visual communication channel, they combine verbal, graphic and iconic codes. Scientific novelty is accounted for by the fact that Soviet political posters of the perestroika period are little-studied in terms of the structure, extralinguistic basis and the functioning of elements of a heterogeneous (nonlinear) text. The study is novel in that it is the first to choose Soviet political posters of the perestroika period for analysis, as their content provides information about a person's value attitudes, political preferences and worldview, as a rule, they carry a pragmatic attitude, i.e. they act as an instrument of influence on an individual and entire social groups. As a result, it has been proved that the specificity of these texts is determined by the author's linguopragmatics and extralinguistic factors.

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена: во-первых, интересом лингвистики к текстам с сложной структурой, в состав которых входят элементы разных семиотических кодов; во-вторых, до сих пор исследование поликодовых текстов сводилось к отдельным наблюдениям за применением изображения в рекламе (Шестакова, 1986), в афише (Бубнова, 1987), рассмотрению роли подписи под фотоизображением в прессе (Большаянова, 1986) и карикатурами (Бернацкая, 1987), что объяснилось узким подходом к тексту, ограничивающим его природу лишь вербальными средствами.

Цель определила необходимость решения следующих задач: раскрыть взаимосвязь общественных настроений и содержания советских политических плакатов периода перестройки; показать текстуальную природу плаката как поликодового текста; раскрыть функциональный спектр компонентов советского плаката; вскрыть механизмы взаимодействия вербальных и невербальных составляющих поликодового текста при создании единства лингвосоциокультурной информации.

Нами были использованы следующие общенаучные методы: систематизация и обобщение с целью обработки предшествующего опыта относительно специфики поликодовых текстов; метод сплошной выборки для сбора эмпирического материала в медиапространстве, контекстуальный и сравнительный анализы.

Специфика подобных текстов анализируется в работах Е. Е. Анисимовой (2003), М. Б. Ворошиловой (2013), В. Е. Чернявской (2013), И. В. Вашуниной (2016), послуживших теоретической базой исследования.

Практическая значимость заключается в том, что раскрываемые в статье специфика и особенности функционирования политического поликодового текста позволяют выявить механизмы и процессы восприятия, категоризации мира, отношения к нему человека эпохи перестройки и дадут представление об особенностях политической коммуникации того времени. Материалы и результаты данного исследования могут быть использованы в работах по лингвистике текста, теории коммуникации, при разработке курса «Лингвистический анализ художественного/публицистического текста» на филологическом факультете, спецкурсов и спецсеминаров, при организации научно-исследовательской работы студентов.

Материалом для анализа стали советские политические плакаты 1980-х годов XX века, которые извлекались из коллекции Дюкского университета (78 плакатов СССР из коллекции Дюкского университета (1919-1989 годы) // Cameralabs. 09.03.2018. URL: <https://cameralabs.org/11956-78-plakatov-sssr-iz-kolleksii-dyukского-universiteta-1919-1989-gody>), в которую входит серия плакатов перестроечной эпохи.

Основная часть

За последние годы в современной лингвистике значительно возрос интерес к невербальным средствам письменной коммуникации, информационная емкость и прагматический потенциал которых нередко выше, чем у вербальных средств. Традиционная вербальная знаковая система и линейный текст утрачивают свою значимость, основным способом подачи информации становится «нелинейный» текст, состоящий из двух неомогенных частей, который в современной теории текста получает различные номинации, среди которых самыми распространенными становятся определения «креолизованный» (Анисимова, 2003; Ворошилова, 2013; Вашунина, 2016), «поликодовый» (Чернявская, 2013). Под поликодовым текстом нами понимается сложное текстовое образование, чьи элементы, управляемые принципом интеграции ресурсов, создают визуальное, структурное, смысловое и функциональное единство.

Перестройка – общее название реформ и новой идеологии советского партийного руководства в 1985-1991 гг., призванных для преодоления «эпохи застоя» и обновления всех сторон жизни страны. Новая политическая реформа способствовала демократизации общества, установлению гласности, отмене цензуры, достижению компромисса в отношениях с Западом. В то же время итогами перестройки стали межэтнические конфликты, вооружённая борьба за власть и распад Советского Союза.

Одним из наиболее важных методов, с помощью которых советская власть пыталась повлиять на общественное мнение, было использование политических плакатов, которые рассматривались как эффективное средство охвата широкой общественности. Политические художники черпали вдохновение из целого ряда источников – русской массовой культуры, коммерческой рекламы, изобразительного искусства, народного искусства. Различные элементы были включены в разные периоды, мифические элементы из этих различных источников были объединены с современной идеологией, создавая уникальный визуальный язык.

Плакаты перестройки имели сложную систему метафор, аллегорий, символов; один и тот же визуальный компонент мог трактоваться иначе в зависимости от контекста (Бойко, 2010). Советская символика в плакате перестройки не исчезла, а преобразилась, получила новую, не характерную ей до этого времени функцию. Теперь она была ориентирована не на возвышение и прославление государства и правителя, а на критику прошлого страны.

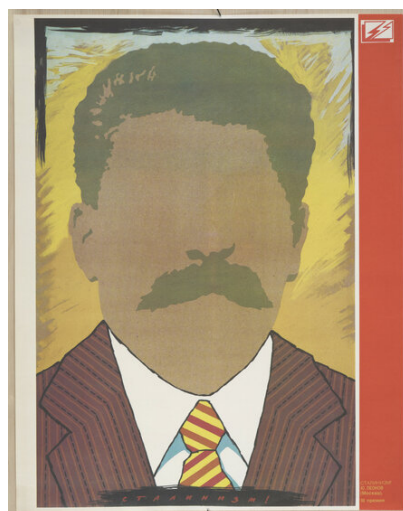


Рисунок 1. «Сталинизм!» Ю. Б. Леонов, 1988 год

На восприятие поликодового текста влияют содержательные и формальные характеристики составляющих текста. Вербальная часть плаката «Сталинизм!» Ю. Б. Леонова (Рисунок 1) представлена одним словом-предложением, понятием, характеризующим период истории СССР с конца 1920-х годов до 1953 года. Если образ Сталина на плакатах 1930-1953 годов помещен в идеальные и аллегорические поля, то на плакате Ю. Б. Леонова (Рисунок 1) образ вождя обезличен, лишен пафоса и народной любви. После разоблачения культа личности И. В. Сталина (доклад Хрущева на XX съезде КПСС) его образ однозначно трактовался как образ убийцы и обычными атрибутами изображения Сталина стали кровь, мучения, колючая проволока как символы террора и репрессий (Бойко, 2010).

С точки зрения синтаксиса предложение «Сталинизм!» (Рисунок 1) является односоставным назывным, так как оно состоит из одного слова, соотносимым с подлежащим, выраженным формой именительного падежа существительного с емким содержанием. Сталинизм – политическая система, отличающаяся диктатурой Сталина, тоталитарным режимом, сталинскими репрессиями, сращиванием государственных органов и правящей коммунистической партии, цензурой, пропагандой, продвигающей культ личности Сталина. С точки зрения пунктуации вербальная составляющая поликодового текста имеет эмоционально-экспрессивную интонацию, об этом говорит завершающий предложение восклицательный знак, служащий в данном случае для обозначения риторического восклицания. Риторическое восклицание как стилистическая фигура передает авторскую экспрессию и привлекает внимание адресата.

Визуальная составляющая плаката «Сталинизм!» (Рисунок 1) на содержательном уровне имеет прямую денотативную соотнесенность с вербальной частью. На плакате изображен И. В. Сталин в несвойственном ему художественном выражении. Автор плаката лишил вождя глаз и рта, но оставил известные нос и усы, кроме того, передел политика в мужской деловой костюм вместо кителя Маршала Советского Союза. Так, в плакатах эпохи перестройки под влиянием гласности были пересмотрены образы партийных руководителей, вождей. То, о чем раньше боялись говорить и думать, стали печатать в газетах. На плакате Ю. Б. Леонова (Рисунок 1) политик изображен обычным среднестатистическим советским человеком. Во времена правления И. В. Сталина советский народ был лишен свободы и гласности, именно поэтому художник изобразил вождя без глаз (органа зрения и восприятия действительности) и без рта (органа речи). Плакат Ю. Б. Леонова отразил стремление переосмыслить историю страны, сделать ее трагические, печальные страницы достоянием гласности. Здесь возникают отношения переkreщивания, между знаками разных кодов существует прямая сигнификативно-денотативная соотнесенность, но визуальная часть поликодового текста привносит новую информацию за счет своей формы. Изображение здесь призвано вызвать определенные ассоциации у адресата, углубить концептуальное содержание текста.



Рисунок 2. «У меня есть свое мнение, но я с ним не согласен...» Ю. Б. Леонов, 1988 год

Советский перестроечный плакат Ю. Б. Леонова «У меня есть свое мнение, но я с ним не согласен...» 1988 года (Рисунок 2), приуроченный к проведению выборов народных депутатов СССР 1989 года, соединяет в себе прецедентный текст в вербальной части и «народную мудрость» в визуальном образе. На Рисунке 2 картинка разделена красной линией на две части: сверху изображена поднятая рука, которая отсылает к историческому событию – выборы народных депутатов СССР; внизу изображение рыбы сигнализирует о наличии в тексте концептуальной пресуппозиции, экстралингвистических знаний, выраженных иконическими средствами. «Нем как рыба» – фразеологическая единица; так говорят о человеке, из которого не вытянешь и слова, от которого невозможно добиться нужной информации. Кроме того, возникает ассоциативная связь изображения рыбы и «премудрого пещеря» из сказки М. Е. Салтыкова-Щедрина: страх перед опасностями и бездействие приводят Пещеря к бессмысленному существованию. Примечательна здесь и цветовая гамма плаката: в верхней части используются светлые цвета, а в нижней части – темные. Светлые цвета символизируют открытость, ясность; темные цвета – скрытность, неопределенность. Автор поликодового текста высмеивает характерные черты «героя» своего времени, который следует за мнением большинства, что противоречит новой идеологии гласности.

При анализе поликодового текста на содержательно-языковом уровне нами было зафиксировано отсутствие внутренних семантических связей, т.е. семантическая зависимость компонентов текста не подкреплена соответствующими языковыми маркерами в вербальной части. Вербальная составляющая плаката «У меня есть свое мнение, но я с ним не согласен...» является цитатой из анекдота, популярного во времена перестройки, где комичность граничит с иронией (сарказмом). Синтаксическая конструкция «У меня есть свое мнение, но я с ним не согласен...» производит комический эффект на адресата: высказывание построено нелогично; словосочетание «свое мнение», имеющее значение «принадлежащее автору убеждение, суждение», противоречит второй части предложения «но я с ним не согласен». Плакат Ю. Б. Леонова (Рисунок 2) можно считать разновидностью прецедентных феноменов, которые способны передать информацию о тексте-источнике либо о целом культурном или историческом событии, обладают культурной коннотацией. Эффективность данной коммуникации зависит от адресата, от его умения восстанавливать ассоциативные связи. Между вербальными и иконическими знаками возникает опосредованная денотативная соотнесенность: знаки обозначают разные предметы объективного мира, связанные ассоциативно.



Рисунок 3. «Правда». Г. Н. Белозеров, 1988 год

На плакате «Правда» (Рисунок 3) Г. Н. Белозеров изобразил первую страницу главной газеты СССР. Но не просто изобразил, а с точностью скопировал все ее атрибуты: шрифт названия, лозунг «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!»; ордена и даты. Художник представил газету как чистый лист, повесил красный карандаш «Гласность» с призывом «люди должны знать правду и должны иметь возможность свободно выражать свое мнение». Вербальная составляющая поликодового текста представлена одним словом «гласность». Гласность – одно из важнейших политических понятий перестройки, близко слову «свобода», но имело свое собственное значение в действительности. На начальном этапе использования понятия «гласность» базовые принципы идеологии социализма оставались вне зоны критики, но через некоторое время политика гласности создала опасный прецедент. В средствах массовой информации стали активно критиковать не только бюрократический стиль работы партийного аппарата, но и неоправданные привилегии чиновников и злоупотребление властью, что заложило основу будущего противостояния внутри партии.

На визуальном уровне художник создает сложное символическое-метафорическое соединение: газета «Правда», как главный орган идеологической пропаганды социализма и коммунизма, становится орудием демократизации. В изображении происходит метафорическое объединение «правды» как идеала справедливости, честности, правого дела и «гласности» как политики открытости и свободы информации, а чистый лист символизирует новое начало, новое будущее. На содержательно-языковом уровне нами не были зафиксированы языковые маркеры. Между знаками поликодового текста существует опосредованная денотативная соотнесенность: знаки обозначают предметы объективного мира, связанные тематически.

Лозунги и устремления перестроечной эпохи получили свое визуальное воплощение в плакате А. Н. Васильченко «Перестройка – дело всех и каждого» 1987 года (Рисунок 4). В данном поликодовом тексте соединились лозунг (в вербальной части), понятие и емкий яркий образ. Понятие «перестройка» передается в визуальной части текста через образ настройки музыкального инструмента, где происходит натяжение струн на грифе и вместо колонок, посредством которых настраиваются струны, изображены человеческие фигуры. Художник использует желтый цвет фона, тем самым привносит информацию коннотативного характера, передавая эмоции и настроения. Желтый цвет ассоциируется у человека с солнцем, с чем-то теплым и ярким, повышая настроение. Плакат А. Н. Васильченко призывает каждого человека изменить свои представления, уйти от шаблонов и стереотипов, переосмыслить прошлое страны и сделать шаг вперед в сторону «перестройки». Именно так художник представил фразу М. С. Горбачева, сказанную им на заседании Политбюро 23 июня 1986 года: «Перестройка – это в первую очередь революция в умах» (Цит. по: Грачев, 2001, с. 2).

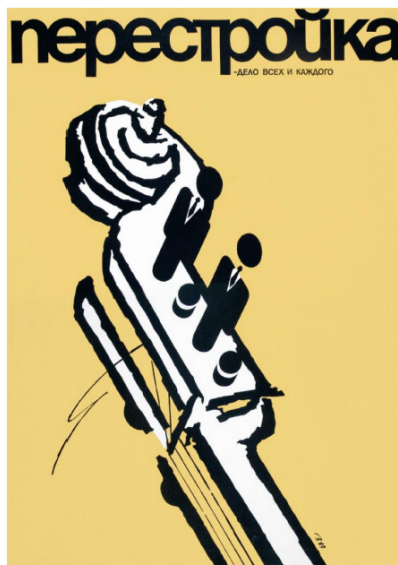


Рисунок 4. «Перестройка – дело всех и каждого» А. Н. Васильченко, 1987 год

В поликодовом тексте «Перестройка – дело всех и каждого» (Рисунок 4) вербальный компонент автономен, может существовать самостоятельно без соотнесения его с иконической составляющей. Изображение является факультативным элементом в организации данного текста. Между знаками разных кодов возникают отношения перекрещивания, визуальная часть поликодового текста привносит новую информацию за счет своей формы. Изображение в данном поликодовом тексте призвано вызвать определенные ассоциации у адресата, углубить концептуальное содержание текста.

Таким образом, многообразие художественных приемов и тем плаката эпохи перестройки отражало социальные и политические изменения в обществе 1980-х гг. Советская символика в плакате не возвышала и прославляла государство и правителя, а критиковала прошлое страны. Плакаты перестройки имели сложную систему метафор, аллегорий, символов; один и тот же визуальный компонент мог трактоваться иначе в зависимости от контекста. С точки зрения взаимосвязи компонентов поликодового текста в проанализированных примерах можно выделить различные корреляции, но самая распространенная – отношения перекрещивания, что обусловлено жанровой спецификой политического плаката, прагматической установкой автора воплотить визуально лозунги и устремления перестроечной эпохи, реализацией манипулятивной функции.

Заключение

Поликодовые тексты – это особый вид текстов, включающий в себя самые разнообразные способы типографской организации текста и воздействующий на читателя через несколько каналов кодирования текста. Являясь средством политической коммуникации, поликодовый текст приобретает особую значимость в электоральном контексте. Анализ взаимодействия семиотически разнородных компонентов позволяет утверждать, что смысловой доминантой текста может выступать каждый код в отдельности, однако чаще всего трансляция политически значимой информации происходит при тесном взаимодействии вербального и невербальных элементов текста.

Перспективы дальнейшего исследования феномена гетерогенного, поликодового текста мы представляем в более детальном изучении закономерностей его смыслового восприятия.

Источники | References

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Академия, 2003.
2. Бернацкая А. А. Подпись как тип текста // Проблемы лингвистического анализа текста и коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / Иркутск. пед. ин-т иностр. яз. Иркутск, 1987.
3. Бойко А. А. Иконографическая типология авторского политического плаката периода перестройки // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2010. № 2 (15).
4. Большаянова Л. С. Вербальное сопровождение фотоизображения в современной британской прессе: содержание и структура: автореф. дисс. ... к. филол. н. Л., 1986.
5. Бубнова М. С. Афиша как тип текста // Высказывание и текст: семантические проблемы: сб. науч. тр. М.: Наука, 1987.
6. Вашунина И. В. Особенности восприятия креолизованных текстов // Вопросы психолингвистики. 2016. № 30.

7. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург, 2013.
8. Грачев А. С. Горбачев. М.: Вагриус, 2001.
9. Чернявская В. Е. Текст в медиальном пространстве. М.: Либроком, 2013.
10. Шестакова И. Г. Семантические и структурно-композиционные особенности текстов межстилевого характера: на материале американской научно-технической рекламы: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1986.

Информация об авторах | Author information



Мухаметшина Динара Ринатовна¹

¹ Казанский федеральный университет (Елабужский институт)



Mukhametshina Dinara Rinatovna¹

¹ Kazan Federal University (Elabuga Institute)

¹ nurievadinara@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 13.09.2022; опубликовано (published): 10.10.2022.

Ключевые слова (keywords): поликодовый текст; политический плакат; вербальные коды; графические коды; иконические коды; polycode text; political poster; verbal codes; graphic codes; iconic codes.