

**О. А. Волкова**

**Лингво-психо-социальный анализ иллюстрированных  
поздравительных карточек: прочтение визуального оксюморона**

Богатство и неизученность иллюстрированных подарочных карточек позволяет становить вопрос об их введении в научный оборот и проведении комплексного лингвистического, психологического, социального анализа. Значение оксюморонного сочетания базируется на семантике главного слова, словосочетания или ключевого образа, а зависимое слово (второстепенный образ, образ второго плана) актуализирует противоречащие конструкты, создавая новое понятие/образ.

Ключевые слова: иллюстрированные подарочные карточки, визуальный оксюморон

**Olga A. Volkova**

**Linguistic, psychological and social analysis illustrated greeting cards:  
reading visual oxymoron**

The lack of study illustrated gift cards allows becoming the question of their introduction to the scientific revolution and conducting complex linguistic, psychological, social analysis. Oxymoron combinations' meaning is based on semantics of the main word, phrase or key image, dependent word (secondary image, the image of the second plan), are updated by the contradictory constructs, creating a new concept / image.

Keywords: illustrated gift cards, visual oxymoron

В научном мире установилось мнение, что визуальные образы сложились в самостоятельный язык, в реальность. В настоящее время исследователи пытаются расшифровать иконографический, фотографический, кинематографический, картографический, рекламный визуальный дискурс. Различные визуальные материалы для исследователя представляют интерес в качестве репрезентации контекстов культурного производства, социального знания, социального взаимодействия и индивидуального опыта. Универсальность визуальных образов, преодолевающих языковые барьеры, позволяет осуществлять диалог между представителями разных культур.

Социокультурный анализ визуальных репрезентаций массовой культуры потенциален в отношении иллюстрированных подарочных карточек (почтовых открытых писем, электронных открыток, рекламных карточек, буклетов, визиток, мини-календарей, непочтовых поздравительных и подарочных карточек). Богатство и неизученность соответствующих источников позволяет перейти к постановке вопроса о введении в научный оборот визуального филокартического материала и развитии отечественной науки. Это намечает новые пути к пониманию прошлого и настоящего через обогащение исследовательского дизайна.

Проводимая аналогия позволяет интегрировать некоторые специфические лингвистические термины в методологию визуальных исследований. Проводя анализ нелинейных мыслительных конструкций, В. Сысуев вводит в современный научный арсенал элемент «визуальный оксюморон»<sup>1</sup>. Данная форма репрезентации очень характерна для объектов филокартии/делтиологии.

В качестве особого семантического типа словосочетаний оксюморон трактуется как «стилистическая фигура, состоящая в соединении двух понятий, противоречащих друг другу, логически исключающих одно другое»<sup>2</sup>. Академик П. А. Николаев в словаре по литературоведению, составленном при поддержке Российского Фонда Фундаментальных Исследований (2004 г.), уточняет, что оксюморон – «сочетание, казалось бы, несочетаемых явлений, на самом деле это смысловая образная единица, имеющая серьезное значение»<sup>3</sup>.

Противоречивость приема подчеркивается в Интернет-ресурсах: «Фундаментальной электронной библиотеке» и «Электронной энциклопедии». Термин античной стилистики «оксюморон» (др.-греч. – остроумная тупость) – стилистическая фигура, или стилистическая ошибка – сочетание слов с противоположным значением. Для создания стилистического эффекта характерным для оксюморона является намеренное использование противоречия<sup>4</sup>, «нарочитое сочетание противоречивых понятий»<sup>5</sup>.

В психологическом дискурсе оксюморон представляет собой способ разрешения необъяснимой ситуации<sup>6</sup>. Оксюмороны располагают к мозговой активности, поскольку «содержат взаимно исключающие части, создающие рефлексивный диссонанс»<sup>7</sup>.

Значение оксюморонного сочетания базируется на семантике главного слова, словосочетания или ключевого образа, а зависимое слово (второстепенный образ, образ второго плана) актуализирует противоречащие конструкты, создавая новое понятие/образ. Такое сочетание создает новое представление и кажется абсурдным, но на деле подчеркивает противоречивую природу объекта описания. Это противоречие задается, затем разрешается, т. е. нарушение логической нормы в оксюмороне только видимость. Эта фигура употребительна, так как связана с необходимостью создания, путем сочетания контрастных значений, выразительного образа, приковывающего внимание адресата и увеличивающего смысловой вес сочетания. Научная рефлексия позволяет выделить два принципиально разных подхода: логический и интуитивный. Зацикливанию наиболее подвержен логический стиль размышления<sup>8</sup>. Вербальные, визуальные и вербально-визуальные оксюмороны могут быть мощным гипнотическим средством, инструментом внедрения иллюзорных представлений о мире, средством манипулирования людьми<sup>9</sup>. Вероятно, по этой причине происходит включение оксюморонов в пропагандистско-праздничный дискурс.

Семиотика визуальных материалов пытается провести аналогию между вербальным языком и языком визуальным. Проблема заключается в недискретности визуальных образов, трудности выделения более мелких единиц, схождения на уровень ниже, чем изображение в целом. При анализе предыстории и вскрытии подтекстов визуальных репрезентаций, филокартические образы выступают как источники информации об обществе в прошлом и настоящем.

В современных работах визуальный образ интерпретируется как сообщение, как текст<sup>10</sup>. Эпизод на открытке рассматривается нами не как факт, а как высказывание о фактах. Иллюстрированные подарочные карточки – это сообщения, обращенные к адресату (ко всем гражданам сразу и одновременно к конкретному гражданину и гражданке), и по этой причине являются высказываниями.

Чтобы приблизиться к пониманию логики автора и адресата, важно отрефлексировать многоэтапный процесс селекции материала для размещения на иллюстрированных подарочных карточках. С 1918 г. несколько раз предпринимались попытки к изданию открыток с поздравлениями с «Первым годом Октябрьской годовщины», «Вторым...» и др., но на рынке они не нашли спроса<sup>11</sup>. Визуальные оксюморонные сообщения ярко выражены на отечественных открытках, посвященных Первому Мая. Возможно, специфика изображений во многом обусловлена историей праздника. В 1888 г. в Сент-Луисе съезд Американской Федерации Труда назначил 1 мая днем общенационального выступления за права рабочих. В 1889 г. I (Парижский) конгресс II Интернационала принял решение о ежегодном праздновании дня международной солидарности трудящихся (в память о героическом выступлении рабочих Чикаго в майские дни 1886 г.) и предложил ежегодно отмечать его демонстрациями с социальными требованиями. Рабочие России отмечают Первое мая с 1891 г.<sup>12</sup> После победы Февральской революции 1917 г. Первое Мая впервые праздновали открыто, миллионы трудящихся вышли на улицы с лозунгами большевиков. С победой Великой Октябрьской социалистической революции характер и содержание празднований изменились, 1 мая (по КЗОТу РСФСР 1918 г.) и 2 мая (пост. ЦИК СНК СССР от 23 апреля 1928 г.) были объявлены нерабочими днями.

Открытки первых лет советской республики наглядно рассказывают, что в 1918 г. Первое Мая объявлен праздничным днем: «1 Мая русские рабочие празднуют», а «заграничные рабочие должны поработать» (рис. 1<sup>13</sup>). Автором изображения используется прием «картинка в картинке». Применен один из вариантов данного приема – раскадровка события на ключевые кадры, дополненная титлами с описанием самого события. В итоге адресат получает нарративный рассказ. Нам представлена жизнь в картинке, в которую автор сумел вложить метафорический смысл. Адресат получает логически выстроенное сообщение о том, какова ситуация в России и за рубежом сейчас, и как она изменится в скором будущем.



Рис. 1



Рис. 2

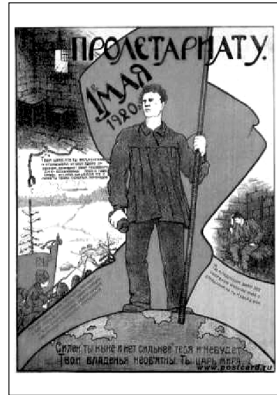


Рис. 3

На другой открытке мы уже видим события 1919 г. (рис. 2). Здесь 1 Мая – это праздничный день, нерабочий (согласно КЗОТу РСФСР 1918 г.), но ассоциированный с субботником. Весной 1919 г. Коммунистические субботники возникли по почину рабочих, в ответ на призыв Центрального Комитета Коммунистической партии ко всем организациям партии и ко всем профессиональным союзам «взяться за работу по-революционному»<sup>14</sup>. Субботники возникли в период Гражданской войны и военной интервенции, в ответ на призыв В. И. Ленина улучшить работу железных дорог. Инициатором выступила партийная ячейка депо Москва-Сортировочная Московско-Казанской железной дороги<sup>15</sup>. Отмечая огромное историческое значение Коммунистических субботников, В. И. Ленин назвал их «...сознательным и добровольным почином рабочих в развитии производительности труда, в переходе к новой трудовой дисциплине, в творчестве социалистических условий хозяйства и жизни»<sup>16</sup>. Две открытки рядом (рис. 1 и рис. 2) представляют собой яркое оксюморонное сочетание.

И уже в следующем 1920 г. на 1 Мая Пролетариату в подарок преподносится планета: «Силен ты ныне, и нет сильнее тебя, и не будет. Твои владенья необъятны. Ты – царь мира» (рис. 3). Субъект наделен такой свободой, богатством, физической силой и силой воли, что волен и способен бесплатно работать в выходные дни. В открытке используется оксюморон «пролетариат – это царь».

Как правило, изображение на открытках сопровождается словесным комментарием, то есть коммуникация представляет собой сложный акт, состоящий из невербальной и вербальной части. Но при рассмотрении некоторых экземпляров речь может идти о «маргинальных» жанрах, лежащих на стыке словесной и визуальной образности. Для выражения риторических форм используется не только грамматика вербального языка, а целый набор эстетических и визуальных средств.

С одной стороны, можно предположить, что таким образом автор обращается к адресатам, которые, по его мнению, больше склонны к восприятию слов, чем визуальных образов в их классическом понимании. С другой стороны, объективную трудность представляет собой создание исключительно зрительной композиции, в которую была бы включена солидарность «днем и ночью, по будням и выходным, без нормированного рабочего дня» (рис. 4). Через открытку передается идея: трудящиеся Советского Союза в день 1 Мая выражают свою солидарность с революционной борьбой трудящихся капиталистических стран, с национально-освободительным движением, выражают решимость отдать все силы борьбе за мир, за построение коммунистического общества. Вербальные средства дополняются колористическим решением через применение красного цвета.



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6

Ученые пишут, что идеологическая подоплека Первого Мая, политические праздничные лозунги появились в 30-е сталинские годы<sup>17</sup>. Скорее, в этот период оформляется специфическая мировоззренческая система, включающая в себя политические, правовые, экономические и прочие взгляды и ценности – идеология. В это время и гораздо позже для ее массового внедрения используется целый арсенал вербальных и визуальных средств социально-психологического воздействия (примечательно, что в изображении весны отсутствует зеленый цвет, 1946 г.) (рис. 5). Перед нами снова оксюморон, на этот раз двойной: вербальный («красная весна», далеко не синоним архитропического «красивая весна») и визуальный (весна не зеленая).

15 октября 1958 г. объявлено о Всесоюзном соревновании за звание «бригады коммунистического труда». Стахановское движение сталинских времен уже не действовало, и было изобретено очередное средство внеэкономического принуж-

дения, хрущевская попытка активизировать рабочих. Для яркости снова используются оксюморны. «Работай хорошо!» – семантически и стилистически правильная побудительная конструкция, но она не находит места на иллюстрированной карточке. В вербально-визуальную композицию помещается броское и противоречивое «Работай по-коммунистически!» (1959 г.), что знаменует собой новый трудовой феномен.

Пропаганда ведется «идеологически правильно», при использовании средств невербальной и вербальной коммуникации. Появляется «Марш коммунистических бригад» (1958 г.; музыка: А. Новиков; слова: В. Харитонов; исполняет: А. Розум). В песне оксюморонно характерно подчеркнута противоречивость сливаемых в одно значений. Во фразе «трудовые будни – праздники для нас!» заложена тонкая двусмысленность и парадокс, фундаментальная диалектика схождения и различия. Примененная стилистико-семантическая фигура позволяет раскрыть сущность явления, подчеркивает его сложность и противоречивость.

В реализации ленинского плана монументальной пропаганды участвовала В. И. Мухина. Работа скульптора «Рабочий и колхозница» (1937 г.) из нержавеющей стали была названа «эталоном социалистического реализма»<sup>18</sup>. Известная скульптура-символ перекочевала на плоскость, ее изображения стали очень популярны. В праздничном поздравлении (рис. 7) в формате двухмерного пространства репрезентируется не солидарность пролетариата разных стран, а трудовое единство советских женщины и мужчины. На открытках демонстрируется трудовое «равноправие» и трудовое



Рис. 7



Рис. 8

«равнодопженствование» гражданина и гражданки. Это публичная сфера, демонстрируемая, здесь в очередной раз раскрывается не только поздравительная, а «иная "открыточная" ипостась – пропаганда»<sup>19</sup>. Здесь боль и страдание человека не презентуются, физический труд не демонстрируется как тяжелая работа. Общие интересы ставятся выше собственных, а повседневная «работа по дому» в реальной повседневной жизни будто вовсе отсутствует.

Скрещивание идеографиков (графических образов) – молота и знака доллара – является силовым узлом одной из современных композиций (рис. 8). Из привычного идеографического монолита «серп-и-молот» серп как орудие труда ис-

ключен. Так подчеркивается, что агротехнический комплекс не является средством обогащения и сам нуждается в дотации. Актуальность «реабилитации» сельского хозяйства как экономической категории озаменована реализацией в последние годы Приоритетного национального проекта «Развитие АПК»<sup>20</sup>. На карточке идеографически взаимосвязываются не труд рабочего с трудом крестьянки, а труд – с последующим материальным вознаграждением в валюте. Соединение двух идеографиков выступает как оксюморон, отображающий несовместимость труда советского рабочего и американских долларов на фоне красного знамени (т. е. в условиях социализма). Через противоречие актуализируется интернационализация рефлексии ценности денег как результата, а не труда как самоцели. Значимость валюты подчеркивается через масштабирование: размеры молота и \$ одинаковы. Перед нами отображение переходного исторического момента: привычный фон (красное знамя) и 50% изменение символики и титла на стяге.

Написанное с грамматической ошибкой слово «заработанной», представляет уже не только нарушением правила правописания. В структуре целого изображения визуальный образ «заработанной» модифицируется и подвергается семантической (смысловой) трансформации. Теряется лексическая процессуальность частного, слово по-другому выглядит и приобретает новое значение, что влечет за собой изменение в понимании. Через изображение адресат получает сообщение о ценности заграничных денег, причем, не заработанных в привычном смысле слова (зарабатывать серпом и молотом), а «заколоченных» (молотом). Через грамматическую ошибку в карточке как конечном продукте типографского производства ставится под сомнение профессионализм любого субъекта, «заколачивающего» деньги (в частности, малограмотного «нового русского»).

Традиционно в визуальном анализе фигуры, расположенные слева, трактуются как субъекты в логическом смысле, они отображают сложившуюся ситуацию. В структуре визуального сообщения перекрещенные символы, расположенные слева, выражают начало и во временном смысле, и в смысле причины (сначала работа и, главное, валюта, так как знак американского доллара перекрывает молот; потом – праздник и всяческий успех). По отношению к идеограммам, размещенным слева, визуалы, расположенные справа, в логическом смысле являются предикатом (конечная цель – успешность).

На колористическую гамму изображения в немалой степени оказывает влияние «цветовая культура общества», т. е. выработанные временем национальные стандарты восприятия цветов. Желтый: в Америке – процветание, в России – солнечность и разлука<sup>21</sup>. В семиотике дорожного движения желтым маркируются предупреждающие знаки. На доллар и молоток падает какая-то новая, «другая» серая тень, не совпадающая очертаниями с серыми волнами на кумаче. Психологически не продумано (продумано?) колористическое решение «фон – образ». В современной рекламе, согласно цветовой иерархии, среди 25-ти цветовых сочетаний

«желтый на красном» располагается на самом последнем, 25-ом месте по степени ухудшения восприятия.

Основные ошибки современного автора карточки заключаются в цвете и грамматике, причем последние раньше встречаются только в переходный для России период – в самые первые годы советской власти (и то исключительно редко). В конечном итоге, и визуальный анализ, и интуитивное восприятие позволяют заключить следующее. При всей социально-экономической обоснованности авторской идеи, визуальное сообщение в форме поздравительной открытки (рис. 8) вызывает у адресата ответную реакцию – сомнение. Оксюморон проявляется ярче, когда в сюжет вписывается животное (рис. 9).



Рис. 9

В современном мире Первое мая традиционно отмечается как пролетарский праздник солидарности. В нашей стране руководство сверхдержавы XX в. поднялось на трибуну Мавзолея Ленину для проведения 1 мая 1990 г. последней официальной первомайской демонстрации. В России в 1992 г. Международный день солидарности трудящихся был переименован в праздник Весны и Труда.



Рис. 10



Рис. 11



Рис. 12

Появляются иллюстрированные подарочные карточки, изображение на которых не позволяет с полной достоверностью определить, предназначены они для дарения на 1 или 8 марта (рис. 10 (трудолюбивая пчелка) и рис. 11), хотя на первой акцентирован гендерный аспект (экономическая выгода от трутня не очевидна). Вторая из-за гламурности изображения, с одной стороны, более предполагает преподнесение/посылание женщине, с другой – весна предполагает чувственность также и для мужчин (в композицию включены две бабочки, пара).

Судя по следующему изображению (рис. 12) Первое Мая – это праздник гораздо больше весны, чем труда.





Рис. 13



Рис. 14

Если же Первое мая репрезентируется как праздник труда (рис. 13), то, в первую очередь, это все-таки праздник.

Застолье презентуется как традиционная форма проведения Первого мая (рис. 14).

Но россиянами Первое Мая зачастую используется для проведения митингов и демонстраций с выдвижением политических требований (рис. 15).



Рис. 15



Рис. 16

Кроме того, «праздничные» занятия могут быть связаны и с трудом (рис. 16). Здесь оксюморон прослеживается особенно ярко (цвет кожи, местность, солнце, вид деятельности).

Все вышесказанное позволяет сделать некоторые выводы. Советское общество с помощью средств визуально-вербальных коммуникаций строит собственный миф «вся жизнь – борьба», который задает структуры построения визуального пространства. Советский миф акцентирует трудовой энтузиазм, согласно которому люди перманентно находятся в состоянии не прекращаемой стройки века. Выделяется внутренняя составляющая мифа: «борьба за качество»; внешняя составляющая – «борьба за мир». Советские рабочие и крестьянки («получеловеки-полубоги») через «трудовые подвиги» и «трудовые победы» способны «сказку сделать былью» в глобальном масштабе. В постсоциалистическом обществе отношение к

труду индивидуализируется, характер празднований и поздравлений перемещается из публичной сферы в частную.

Для правильной интерпретации филокартических идеографов, а также их составляющих, необходимо движение по герменевтическому кругу между частями и целым (при рассмотрении герменевтики в широком смысле – как науки об интерпретации культурных проявлений человеческой деятельности). В контексте данной статьи визуальный анализ – метод, основанный на совмещении подходов контент-анализа, семиотики, дискурс-анализа, лингвоанализа и нарративного анализа, применяемый для изучения такого вида визуальной репрезентации как иллюстрированные подарочные карточки. Введение в научный оборот отечественного филокартического материала и использование лингво-психо-социального анализа позволяет внести определенный вклад в развитие российской социологии.

### Примечания

<sup>1</sup> Сысуев В. Нелинейные мыслительные конструкции. URL: <http://bor.satcomtel.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>2</sup> Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. М.: Больш. рос. энцикл., 2001. С. 241.

<sup>3</sup> Николаев П. А. Словарь по литературоведению. 2004. URL: <http://nature.web.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>4</sup> Оксюморон // Википедия: свобод. энцикл. URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>5</sup> Оксюморон // Фундаментальная электронная библиотека: рус. лит. и фольклор. URL: <http://feb-web.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>6</sup> Крышук Н. «Да» и «нет» Николая Пунина // Звезда. 2002. №4. С. 147–169.

<sup>7</sup> Сысуев В. Нелинейные мыслительные конструкции. URL: <http://bor.satcomtel.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>8</sup> Там же.

<sup>9</sup> Репин Е., Репина Н. Утешительный гипноз оксюморона. 1998. URL: <http://terminomika.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>10</sup> Барт Р. Фотографическое сообщение // Система моды: статьи по семиотике культуры. М., 2003. С. 378–392; Бойцова О. Фотоальбом как текст // Визуальные исследования: сайт. URL: <http://visualresearch.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015); Бойцова О. Структура фотографического сообщения: семиотика любительской фотографии // Вторая конф. по визуальности, 7–9 апр. 2005 г.: прогр. и тез. URL: <http://kogni.narod.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015); Идеологическое оружие: агитация и эстетика плаката: прикл. исслед. семиотики визуал. образов в агитации и пропаганде // Новая идеология: сайт. URL: <http://newideology.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>11</sup> Чапкина М. Рождественская открытка под гнетом советской цензуры // История филокартии. URL: <http://collection.ng.ru> (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>12</sup> Фролов Ю. Столкновение на Сенном рынке: из истории междунар. праздника 1 Мая: кровавое столкновение рабочих с полицией в Чикаго 120 лет назад // Централизованные библиотечные системы Нижнего Новгорода: электрон. кат. URL: [http:// libnn. ru](http://libnn.ru) (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>13</sup> В работе использованы визуальные материалы сайтов: [www. davno. ru](http://www.davno.ru), [www. postcard. ru](http://www.postcard.ru), [www. realcards. ru](http://www.realcards.ru).

<sup>14</sup> История социалистической экономики СССР: в 7 т. М.: Наука, 1976. Т. 1. С. 364.

<sup>15</sup> Субботник // БСЭ: энцикл.: сайт. URL: [http:// bse. sci-lib. com](http://bse.sci-lib.com) (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>16</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч. 5-е изд. М.: Политиздат, 1958–1965. Т. 39. С. 18.

<sup>17</sup> Фролов Ю. Указ. соч.

<sup>18</sup> Стрыгин А. Социология и психология филателии: мысли об общем и частном. URL: [http:// collection. ng. ru](http://collection.ng.ru) (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>19</sup> Курков К. Н. Герб в альбоме: геральдика и филокартия // Гербовед. 2000. № 49, нояб. С. 24-28.

<sup>20</sup> Приоритетный национальный проект «Развитие агропромышленного комплекса» // Министерство сельского хозяйства Чувашской республики: сайт. URL: [http:// gov. cap. ru](http://gov.cap.ru) (дата обращения: 04. 03. 2015).

<sup>21</sup> Психология цвета в рекламе. URL: [http:// advesti. ru](http://advesti.ru) (дата обращения: 04. 03. 2015).