Оксана Васильевна КИБАЛКО

СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НОВОГОДНЕЙ ОТКРЫТКИ ЭПОХИ СССР

На примере новогодней открытки и проведённого семиотического анализа в статье рассматривается общая модель системы символов, бывшая востребованной во времена Советского Союза массовой культурой, формирующей идеологию и сознание общества эпохи СССР. Помимо раскрытия кода и смысла символов визуальных сообщений, обращается внимание на определенные социокультурные, культурно-исторические, национально-патриотические аспекты; проводится типология по некоторым признакам, выявленным в процессе изучения объекта исследования.

Ключевые слова: *новогодняя открытка, массовая культура, семиотика, коммуникации, Советский Союз.*

Oksana V. KIBALKO

SEMIOTIC ANALYSIS OF NEW YEAR POSTCARDS OF SOVIET PERIOD

Based on the results of the semiotic analysis of New Year postcards, the paper discusses the general system of synbols used in the Soviet mass culture and constructing the ideology and mass consciousness in the Soviet period. The author decodes the visual messages language as well as she focuses on sociocultural, historical and natonal-patriotic aspects and she typologizes the object of the study.

Key words: *New Year postcard, mass culture, semiotics, communication, Soviet Union.*

Введение

Почтовые открытки – это один из феноменов массовой культуры, постепенно уходящий в прошлое. Появившиеся в середине XIX века почтовые карточки, быстро завоевали свободную нишу в области средств коммуникаций. Набрав популярность, которая продержалась довольно длительное время и начала уступать свои позиции лишь с развитием мобильной телефонной связи и всевозможных интернет-ресурсов, посткарты не только использовались с целью своей первичной функции – передачи сообщения, но также становились способом творческого выражения, культурным наследием и объектом коллекционирования (собирательства), выполняя тем самым воспитательные, социально-политические, эстетические, культурные, коммуникативные, документальные и многие другие функции.

Описание актуальности и постановка проблемы

В настоящее время все поздравительные пересылки почтовыми службами (письма, открытки, телеграммы, бандероли с подарками) претерпевают радикальную трансформацию. Ввиду того, что почтовые отправления занимают довольно длительный срок по доставке сообщения к адресату, общество использует более быстрые или мгновенные способы передачи. Бандероли отправляют курьерскими службами, поздравительные открытки – электронными сообщениями с использованием различных способов передачи или посредством мобильной связи. Это могут быть личные сообщения или записи на стене в социальных сетях и мессенджерах (mms, e-mail, WhatsApp, Viber, Skype и др.). Открытки (часто анимированные) для таких отправлений не распечатываются; оформляются своими силами, дизайнерами компании или же используются готовые, заимствованные из различных источников.

В тоже время крупные компании и высшие звенья государственной структуры (министерства, правительство) продолжают использовать для поздравлений почтовую службу. Поздравительные открытки в форме закрытого, но не запечатанного конверта популярны при личных (или коллективных) поздравлениях в качестве украшения для их содержимого, выступающего в качестве подарка; как правило, они всегда сопровождаются кратким сообщением. Открытка-виньетка, вложенная в букет цветов, служит прекрасным дополнением романтического подарка.

Поздравительные открытки прошедших лет становятся музейными экспонатами, а на просторах интернета существует огромное количество ресурсов (сайтов, страниц, блогов и т.п.) с коллекциями антикварных иллюстрированных почтовых карточек. Причем в каждой представленной открытке, нетрудно угадать время её выхода и страну происхождения, благодаря системе зашифрованных знаков, присутствующей на изображении, свойственной определенному этапу эпохи.

Интерес к массовому искусству прошедших лет не пропал. История СССР, и в особенности агитационно-массовое искусство того периода, с огромным патриотическим посылом, существующем в каждом изображении, остаются предметом дискуссий в научных кругах мирового сообщества. В этом и прослеживается актуальность выбранной темы.

Несмотря на то, что почтовые поздравительные открытки

периода СССР представляют интерес для ученых, в научных кругах больше внимания уделяется плакатной живописи Советского Союза. Открытки же чаще рассматриваются исследователями либо со стороны истории происхождения открытого письма, либо как культурное явление, либо с точки зрения массового изобразительного искусства и музейных экспонатов. К семиотическому анализу новогодних открыток и заключенному в них поликодовому тексту должный интерес проявляется редко. Учитывая, что в настоящее время визуальный контент является гораздо более востребованным, чем его текстовые формы, – это усиливает значимость проблемы исследования.

Таким образом становится понято, что почтовую открытку можно рассматривать с различных сторон. Целью нашего исследования является семиотический анализ новогодней открытки времен СССР. И именно под этим углом зрения мы подойдём к изучению открыток – феномена массовой культуры коммуникационной сферы.

Задачами нашего исследования выступили следующие: проследить, в контексте семиотического подхода, насколько советская социальная коммуникативная среда влияла на знаковую систему, использующуюся в сообщениях, передаваемых посредством новогодних поздравительных открыток; определить присутствие знаков с явным и неявным значением на иллюстрированных открытках; сравнить между собой некоторые из новогодних открыток периода СССР, в разные годы существования государства; сопоставить результаты с современными новогодними открытками.

Для работы был выбран визуально-сравнительный метод в сочетании с универсальным системно-теоретическим подходом.

Материалом исследования послужили иллюстрации советских новогодних открыток, заимствованные из различных свободных источников.

Гипотеза исследования

Предполагается, что семиотический анализ новогодних открыток СССР позволит установить существующую связь между определенными культурными типами с содержанием внутренних компонентов и их взаимодействием в семиотическом пространстве.

Обзор степени изученности темы

Со времен первых русских семиотических школ, уделяющих внимание исследованиям литературного текста, семиотика как наука начала распространятся в среде учёных нашей страны. Национально-

культурную символику длительное время изучали в рамках культурологических исследований. Постепенно осуществился переход на контрастивные и межкультурные исследования, что позволило дополнить символику материалами из различных сфер семиотики, а сам символ перевести в категорию феномена (культурного, социологического, коммуникативного и т.п.). Массовой культуре и ее семантическому анализу посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых.

В данной работе использовалась лишь малая часть из имеющейся теоретической базы. Семиотику цвета рассматривает в своих исследованиях З.М. Байрамкулова (Байрамкулова 2015), цвет и психологию отношений исследует А. М. Эткинд (Эткинд 1987). Символику движений и жестов изучают Г.Е. Крейдлин (Крейдлин 2002) и Ф.А. Буари (Буари 2004). Вниманию семиотике в массовой культуре посвящены труды Ю.М. Лотмана (театр, кино, литература и культура в системе знаков) (Лотман 1999). Коммуникативные исследования Т.Н. Персиковой (Персикова 2002), Г.Г. Почепцова (Почепцов 2009) и других авторов раскрывают символику в коммуникациях. Агитационное искусство русского плаката изучал В. Полонский (Полонский 1925). Историю поздравительных открыток с их эстетикой, сюжетикой и символикой раскрывают работы Е.В. Иванова (Иванов 2000) и М.Я. Чапкиной (Чапкина 2013).

Результаты исследования

Открытки отправлялись в открытом виде (отсюда произошло и название посткарты – открытка), то есть, не помещаясь в конверт; тем самым размывалась граница между частной и публичной сферой, подобно нынешним сообщениям в социальных сетях (оставленных «на стене» и в комментариях), предназначенных для конкретного человека, но автоматически становящихся достоянием общественности. В своём большинстве почтовые карточки посылались в двух вариантах – официальная и поздравительная. В первом случае открытки отправлялись государственными структурами для краткого информирования адресата. Этот вариант предусматривал почтовую открытку, представляющую собой простой стандартный неиллюстрированный бланк.

Во втором случае (с поздравительными целями) открытка использовалась как обычными гражданами, так и госучреждениями. Происходило отправление в преддверии торжественных событий –

праздники, юбилейные даты, свадьбы, торжества и др. Соответственно, что и сама открытка, предназначенная для поздравлений, являла собой красочно иллюстрированный бланк с одной стороны, а штамп для адреса и свободное место для короткого сообщения с оборотной стороны. Изображения на открытках соответствовали предстоящему событию. «Всякая структура, обслуживающая сферу социального общения есть язык… она образует определенную систему знаков…выражение, которое имеет значение» (Лотман 1999: 5).

Иллюстрации к открыткам, как правило, исполняли художники миниатюрного жанра (почтовые марки, открытки, оформление книг, календарей, карманных календариков) и художники-мультипликаторы. Манеры исполнения представляли собой огромное многообразие. Соответственно, что на творчество этих художников оказывали воздействие многочисленные факторы и социальные перемены, происходившие в обществе. «Обладая способностью создавать различные символы, люди могут передавать сообщения вербальным (с помощью слов) и невербальным путем (картинки, графики, статистические данные, мимика, жесты и т.д.)» (Персикова 2002: 12).

Выбрав для исследования промежуток времени, ограничивающийся существованием СССР, мы получаем временной период охватом около 70 лет. За такой длительный срок произошло множество событий, повлиявших на экономическое развитие страны, внешнеполитические связи, социокультурную динамику и многое другое. Соответственно, что изменялась и идеология иллюстрированных открыток, выступающих визуальным сопровождением текста и призванных частично дополнять авторскую мысль.

Так, например, в новогодних открытках 60-х годов прошлого столетия широко использовалась космическая тематика (Приложение 1), что несомненно напрямую связывало политику СССР в освоении космоса (космическую программу), первый полёт человека в космос (1961 год) и популяризацию достижений советского государства среди населения страны. Массовая культура являла собой отличный способ распространения требуемой информации, где каждый объект помимо экономического аспекта (открытки, календари, постеры и пр. – являлись товаром) имел визуальный аспект с идеологической составляющей, соответствующей духу времени, требованиям заказчика и проиллюстрированной кистью художника.

Идеология открытки		
Первичная семиотическая система	Вторичная семиотическая система	Код
Открытка как сообщение (традиционная почтовая карточка или сообщение в сообщении – визуальное оформление открытки)	В каком ключе призвана работать (воспитательная, пропагандисткая, стимулирующая и т.п. кампании)	Система концептуально оформленных представлений или идей (идеология)

«Каждый праздник имеет свой набор символов и характерных сюжетов, которые отражаются в оформлении поздравительных открыток» (Иванов 2000: 9). Взаимоувязать эти сюжеты с гражданско-политическими взглядами и отношениями довольно непросто, но новогодние открытки советской эпохи могут служить ярким примером такого симбиоза.

Рассмотрим более детально «язык» новогодней открытки эпохи СССР. В качестве цветового решения фона чаще всего выбирался синий (глубокий синий и его производные – голубой, тёмно-синий) или белый цвет. «Несмотря на то, что, на протяжении человеческой истории содержание цветовых символов претерпело немалые изменения – менялась их трактовка и отношение к ним, – ядро цветовой символики оставалось неизменным» (Эткинд 1987: 124).

Помимо того, что зима у нас сама по себе ассоциируется с белым, а небо – с синим цветом, каждый из них во многих культурах символизируют определенные качества. Так белый – это чистота, добродетель, радость и невинность, свет дня и производящая сила; синий – слава и верность, небо и вечность, постоянство, целомудрие и доброта. Если проводить параллель между новогодней открыткой, цветом и космической темой, то выбор художниками этих цветовых решений совершенно понятен. Также заметно присутствие красного цвета – более яркого и агрессивного. Красный цвет, прежде всего, символизирует борьбу, революцию, войну, из-за ассоциации с кровью и огнём. Однако одновременно с этими значениями, красный цвет выступает символом радости, праздника, полноты жизни, любви. «Символика цвета – важный и в то же время не до конца проясненный аспект невербальных коммуникаций» (Байрамкулова 2015: 61), пишет

Байрамкулова З.М. в работе «Графика и цвет в агитационных материалах». Отметим, что эти цвета присутствуют в государственной символике России – современный флаг РФ объединяет все перечисленные цвета (триколор). В эпоху СССР цвет государственного флага – сплошной красный.

Возвращаясь к теме космоса на новогодних открытках СССР, обратим внимание на приведённые примеры (Приложение 1). На большинстве открыток изображена пятиконечная красная звезда – геральдический символ и, можно сказать, само олицетворение Союза Советских Социалистических Республик, несмотря на то, что с древних времен пентакль служил оберегом (знак охраны и безопасности) у разных культур и народов. «Коммуникация порождает объекты новой природы. Они только имеют функции, сходные с реальными объектами, но часто потребитель информации относится к ним как к реальным. Как следствие, мы имеем более динамичные изменения в этой сфере, сравнительно со сферой материальной. ...Человечество в своей истории все время занято созданием новых типов порождения коммуникативных объектов» (Почепцов 2009: 44).

Далее следует обратить внимание на фигуры и позы изображенных персонажей. Космонавты, спортсмены – широкий уверенный шаг, устойчивая поза, поднятая вверх рука, горделиво приподнятая голова, скорость. Фигуры демонстрируют силу, торжество победы, движение вперед. «Походка человека издавна воспринималась многими как знаковое движение тела» (Крейдлин 2002: 123). Жесты и манера движения – это своего рода кинем-идентификаторы (кинема – жест), иллюстраторы, кинетические (т.е. относящийся к движению) высказывания с идентификаторами или, в нашем случае, вид кинетических знаков (символов). Как отмечает Ф.А. Буари, «это делается для облегчения восприятия главных элементов образа и фиксации на них внимания» (Буари 2004: 79).

Ни на одной из приведенных в пример открыток нет Деда Мороза, Снегурочки, снеговика и других сказочных героев (хотя их «реабилитация» произошла ещё в 1935 году вместе с новогодним деревом – ёлкой, однако в оформлении новогодних открыток персонажи появлялись не так часто). 60-е годы и полёты в космос подстегнули советскую науку и технический прогресс. СССР в очередной раз ощущал себя победителем, что прослеживается в дополнительной символике на тех же открытках – земной шар, космическая станция, ГЭС, Останкино, символически изображенные

кремлёвские куранты, серп и молот и др.

Открытки печатались как в обрамлении тонкой рамки, так и без неё. На каждой иллюстрации чувствуется динамика с обязательным посылом к прогрессу, ожидание новых побед и покоренных вершин. Каждая открытка демонстрирует отношение художников к происходящему – ощущается гордость за страну и её научно-технические достижения. Воспитательный момент присутствует в полной мере. Надпись «С Новым годом» на этих открытках равнозначна надписи «С новыми успехами», как будто они уже случились или вот-вот произойдут. «Иллюстрации усиливают восприятие текста. Они концентрируют его, как бы сублимируют и сводят до самой сути значения всего сообщения. Такой усиленный иллюстрациями текст лучше запоминается и легче анализируется» (Байрамкулова 2015: 63). С эстетической точки зрения каждая из открыток в полной мере соответствует оптимистическому духу того времени, для которого она предназначалась.

На многих поздравительных новогодних открытках СССР отображались предпраздничные сцены из быта советских граждан, занятия спортом и спортивные соревнования, детские игры, актуальные моменты жизнедеятельности общества, приключения сказочных персонажей и многое другое. Детские забавы, спорт и жизнь советских людей, в качестве иллюстраций к новогодним открыткам, больше характерны для первой половины срока существования Советского Союза. Приведенные примеры (Приложение 2) относятся к 1930, 1950 и 1960 годам.

Праздничные открытки во время Великой отечественной войны больше напоминали советскую плакатную живопись (Приложение 3). По мнению М.Я. Чапкиной, «призывный давящий плакат, превращенный в формат открытки, нес больше информации для зрителя» (Чапкина 2013: 11). Многие исследователи, говоря о плакатной живописи, утверждают, что «коммунистическая революция победила не штыками, а печатным станком» (Полонский 1925: 14). Это же мнение исследователя, как нельзя лучше подходит и к Великой отеественной войне. Искусство в любых его формах и проявлениях были необходимы обществу, испытывающему огромные трудности в этот трагический период. Открытки, независимо от того, где находились адресаты (в глубоком тылу или на передовой) помимо приятного и радостного сообщения от родного человека, отражали коллективные эмоциональные переживания советского народа и его

героическое сопротивление фашистской агрессии, благодаря устройству включенных в изображение знаков – логической передаче понятия и различные дополнительных оттенков, относящихся к конкретной ситуации.

В новогодних открытках 1970 и 1980 годов (Приложение 4), при сохранении ранее существовавших тенденций новогодней символики, можно заметить появление русского колорита – русские народные узоры, русская тройка (старинная запряжка лошадей), сказочные персонажи, более частое появление на иллюстрациях образа Деда Мороза, имевшего своё присутствие на рождественских и новогодних открытках ещё в царской России начала XX века. «Смена контекстно-противоречивых символов события, смена контекстной аксиоматики идеальных предметов есть интереснейший метатеоретический процесс, имеющий свои правила» (Гуваков 2011: 40).

Если провести параллель между новогодними открытками СССР и современной эпохи, то становится очевидно, что современные открытки претерпели существенные изменения и кардинально изменили свою форму. На них могут присутствовать элементы, заимствованные из различных культур и даже надписи, выполненные на иностранных языках. Стало быть, «массовая культура в контексте семиотического подхода – не столько система знаков, сколько среда, в которой функционирует нечто как знак. … трактуется как коммуникационная система, условием возможности которой выступают знаковые системы» (Кожемякин 2013: 5).

В советских новогодних открытках времен СССР (на каждом этапе существования государства) прослеживается реализация многоуровневости семиотики и соответствие трём группам правил: семантическим (отношение знака к его объекту), синтаксическим (отношения между знаками, отношения знака к самому себе) и прагматическим (отношения между знаком и интерпретатором). Особая роль отводится визуальным иконическим знакам (icon-знаки, связывающие между собой по подобию означаемое и означающее). Обязательное присутствие символических образов (знак-symbol) на открытках совпадает с событием и ожиданием адресатов (аудитории). Индексальные знаки (index), где означаемое и означающее связаны по расположенности во времени и/или пространстве, могут сочетать признаки icon и symbol знаков (Кожемякин 2013).

В последнее время заметен появившийся интерес к возрождению привычных функций почтовых открыток. Однако это объясняется не

потребностью в почтовой связи, а массовой международной игрой, на которую так падки современники (бесконечные челленджи, флешмобы и т.п.). Всколыхнувшая мир востребованность почтовых отправлений, объясняется современными акциями, организованными на просторах интернета – посткроссинг (postcrossing, почтовый обмен открытками, придуман в 2005 году португальским студентом Пауло Магальяйнсом), буккроссинг (обмен книгами), гифткроссинг (обмен подарками) и др. Обмен происходит между жителями разных стран с целью объединения, вне зависимости от имеющихся различий (религия, культура, раса, пол, возраст, образование и др.) и местонахождения отправителя и получателя. Россияне проявили себя как самые активные участники посткроссинга. Несмотря на активность граждан России, в современных российских открытках довольно тяжело проследить связь с государственной семиотической системой или идеологическим кодом.

Подводя итоги, отметим, что советская социальная коммуникативная среда отражалась в знаковой системе новогодних поздравительных открыток СССР. Изображения изобиловали присутствием знаков, призванных воздействовать на непосредственных участников ситуации. Имея явные и сопутствующие значения, знаки формировали идеологию советского общества. В разные периоды существования Советского Союза, новогодняя открытка представляла собой средство агитационно-массовой пропаганды:

– здорового образа жизни и семейных ценностей;
– научно-технических достижений и прогресса;
– национального патриотизма;
– советской и русской культуры и много другого.

Причём динамика формирования семантики непосредственно связывается с определенным отрезком времени советского государства, в котором реализовывалось символическое пространство, отражающее историко-экономические процессы страны и общества.

Сравнивая между собой новогодние открытки Советского Союза с открытками современности, нетрудно заметить, что в наши дни в российских почтовых карточках не прослеживаются ценности, свойственные периоду СССР; они давно утрачены и подменены новыми, отвечающими реалиям нашего времени. Политика нашего государства, направленная на формирование ЗОЖ, патриотизма, возрождения ГТО, популяризации науки и других достижений, пока не

находит отражения в оформлении новогодних открыток современности.

Список литературы:

Байрамкулова З.М. Графика и цвет в агитационных материалах //Вестник Института стратегических исследований. 2015. Вып. 3. С. 61- 66.

Буари Ф.А. PR, или стратегия доверия. Спб., 2004.

Гуваков В.И. Проблематизация политического пространства как средство символического освоения // Символы в коммуникации. Коллективная монография. Серия «Коммуникативные исследования». Выпуск 6. М.: НИУ ВШЭ. 2011. С. 38-50.

Иванов Е.В. Новый год и рождество в открытках. СПб.: Искусство, 2000.

Кожемякин Е.А. Семиозис массовой культуры: общая модель и частные дескрипции // Современный дискурс-анализ. 2013. №7. С.4-12.

Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. М.: Новое литературное обозрение, 2002.

Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре: быт и традиции русского дворянства. Спб.: Искусство СПБ.,1999.

Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М., 2002.

Полонский В. Русский революционный плакат. М.: ГИЗ, 1925.

Посткроссинг. Интернет-ресурс обмена почтовыми карточками. Режим доступа: https://www.postcrossing.com/

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. 2-е изд., стер. М.: Смарт Бук, 2009.

Символы в коммуникации. Коллективная монография. Серия «Коммуникативные исследования». Выпуск 6. М.: НИУ ВШЭ, 2011.

Чапкина М.Я. Привет из Столицы! Советская поздравительная открытка 1917–1991 годов: альбом. М.: Издательство «КОНТАКТ-КУЛЬТУРА», 2013.

Эткинд А. М. Цветовой тест отношений // Общая психодиагностика, 1987, С. 221-227.

Кибалко Оксана Васильевна – магистрант кафедры журналистики, специалист по связям с общественностью Управления по связям с общественностью и СМИ Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, kibalko@bsu.edu.ru

Приложение 1










1964
Новогодняя ЕЛКА профсоюзо


1963
СССР
С Новым годом!


С Новым Годом!


С Новым годом!
СССР
ПОЧТА

Приложение 2














С новым годом!
www.christmas-collection.narod.ru


С новым годом!


1958
С НОВЫМ ГОДОМ
1959


С НОВЫМ ГОДОМ!


С новым годом!


С новым годом!


С Новым годом!


МИР
1956
С новым годом!

Приложение 3














1941
1942
К новым победам!


Новогодний привет с фронта!


С НОВЫМ ГОДОМ
РЕБЯТА!


С новым годом!
1942
К новым победам!


1942
С НОВЫМ ГОДОМ


Врага с пути сметающий,
К победе приведет
Великий, наступающий,
Народной славы год!

Приложение 4















