

# РЭЦЭНЗІЯ

**ГРАЖДАНСКАЯ ВОЙНА В ОБРАЗАХ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРОПАГАНДЫ : СЛОВАРЬ-СПРАВОЧНИК / ПОД РЕД. Е. А. ОРЕХ. – СПБ. : СКИФИЯ-ПРИНТ, 2018. – 176 С., 32 С. ИЛ.**



Словарь-справочник «Гражданская война в образах визуальной пропаганды» посвящен событию, оставившему след в визуальной культуре России, – Гражданской войне. Авторы полагают, что, несмотря на тот факт, что о пропаганде этого периода написан широкий круг работ, однако они носят исключительно исторический и культурологический характер. Как правило, изучение образов Гражданской войны было связано преимущественно с анализом вербальной агитации. В свою очередь, визуальные медиа часто анализировались с позиции словесного ряда, когда акцент ставился на различного рода подписях, лозунгах, авторских комментариях, а не с точки зрения образительной составляющей визуального образа. Как справедливо отметили авторы, из-за синкретического крестьянского мышления, а также его безграмотности разные наглядные формы в виде картинок и рисунков становились ключевым источником информирования, следовательно, визуальная пропаганда являлась доминирующим средством формирования ценностных ориентаций, внедрения в их сознание новых идей и взглядов, то есть имплантации основ советского строя в сознание населения страны.

Представленный словарь-справочник петербургских исследователей визуальной куль-

туры является ярким примером практического применения новых познавательных возможностей такого направления социологии, как визуальная социология, которая изучает социальные и культурные явления сквозь призму зрительных образов, репрезентаций (фотографий, фильмов, рекламы и т. д.). Возникшая еще в 1970-х гг., визуальная социология сейчас приобретает особую актуальность в связи с изменением роли и значимости визуальных образов при конструировании повседневной сферы жизнедеятельности каждого. Визуальные образы, эмоции, транслируют ценности и эстетические ощущения, передают информацию, следовательно, визуальность можно использовать в качестве измерителя общественной действительности, задающей основные траектории ее (ре)конструирования и репрезентации.

Данный словарь предлагает социокультурный анализ истоков и способов воплощения популярных пропагандистских образов и работает на поддержание исторической памяти о Гражданской войне в России. Объектом исследования, представленного в книге, является визуальная пропаганда периода Гражданской войны. Однако, как верно замечают авторы словаря, существуют определенные ограничения в плане объективного анализа

этого события, поскольку часть документов была утеряна. Источниками эмпирической базы являлись каталоги, альбомы, монографии, сборники, газеты, журналы и электронные базы. Преимуществом данного словаря является то, что, говоря о визуальной пропаганде, авторы не ограничивались плакатной продукцией, а включали карикатуры, открытки, изображения на листовках, агитационном фарфоре и пр. Классификация образов осуществлялась авторами на основе социально-групповой принадлежности изображавшихся персонажей.

В словаре представлены восемнадцать словарных статей, в которых анализируется иконография следующих пропагандистских образов – белогвардейцев, буржуа и капитала, дезертира фронта, военного дезертира и шкурника, женщины, казака, красноармейца, крестьянина, кулака, Ленина, Маркса, матроса, меньшевика и эсера, польского пана, прогульщика, дезертира труда и лодыря, рабочего, ребенка, России, Родины, РСФСР. При этом осуществляется сравнение специфики идеологических акцентов у «красных» и «белых», в доступной форме освещаются вопросы способов визуального клеймения врагов и конструирования социальной базы «своих».

Существенным недостатком в представленном словаре-справочнике является отсутствие подробного описания используемого метода, к которому прибегают авторы в ходе визуального анализа пропагандистских образов. Работа бы только выиграла в случае, если бы авторы обосновали и раскрыли сущность иконографического метода в процессе анализа

Гражданской войны сквозь призму образов визуальной пропаганды.

Достоинством рассматриваемой работы является визуальный анализ советской пропаганды, которая включает в себя плакатную продукцию в виде открыток, карикатур, изображений на листовках, агитационный фарфор, посредством интерпретации смысла представленных изображений с прослеживанием логики тех изменений, которые претерпевала идеологическая составляющая популярных образов. Для минимизации субъективизма в оценках и интерпретациях авторы словаря-справочника работали не с единичным и уникальным образом, а с определением в нем типичного и наиболее часто встречающегося (визуального клише, стереотипа). В выборочную совокупность попадали визуальные образы, которые имели непосредственную связь с темой Гражданской войны (сюжеты, подписи, символика). В качестве основного метода исследования использовался иконографический анализ Эрвина Панофского, основанный на поиске производства «визуальных высказываний» в контекстуальных рамках исследуемого времени и события и выявления иконографических признаков изучаемого образа. Словарь-справочник заслуживает высокой оценки специалистов социогуманитарного профиля, поскольку дает представление как о методе исследования визуальной социологии, о возможностях его использования на примере темы Гражданской войны в России, а также может служить справочным пособием для всех тех, кто интересуется рассматриваемой темой в истории.

*Т. Н. Шушунова,  
кандидат социологических наук, доцент кафедры  
социально-гуманитарных дисциплин БГПУ*