

УДК 81.161.1'272'42

Виктория Олеговна Андреева, студент

Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

эл. почта: avo.03@yandex.ru

Victoria Olegovna Andreeva, Student

Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia

e-mail: avo.03@yandex.ru

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВЕТСКОГО ПЛАКАТА ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Работа выполнена в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы. Рассмотрены особенности речевого воздействия в советском плакате периода 1941–1945 гг. и выделены коммуникативные стратегии, используемые для воздействия на целевую аудиторию.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, советский плакат, Великая Отечественная война, речевое воздействие, дискурс

SPEECH STRATEGIES IN SOVIET POSTERS OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

The paper relies on the cognitive-discursive approach. The research focuses on the speech patterns in the Soviet posters of the period 1941–1945 and considers communicative strategies used to influence the target audience.

Key words: communicative strategies, soviet poster, the Great Patriotic War, linguistic manipulation, discourse

Цель работы заключается в анализе советского плаката периода Великой Отечественной войны как особого дискурсивного жанра и выявлении коммуникативных стратегий и языковых средств, применяемых для воздействия на целевую аудиторию.

Материалом исследования послужили 200 советских плакатов периода Великой Отечественной войны.

Методика исследования определяется целью исследования и поставленными задачами. На первом этапе создается эмпирическая база исследования: из коллекций Государственного музея политической истории России, Государственного музея истории Санкт-Петербурга и Пермской государственной художественной галереи отбираются плакаты периода Великой Отечественной войны. На официальном сайте вышеназванных музеев задается фильтр по фондам плаката. Далее в строку поиска вводятся следующие запросы: «1941», «1942», «1943», «1944», «1945» гг. Затем на основании полученных результатов создается таблица, содержащая иллюстративное изобра-

жение плаката, а также данные об авторе и дате создания произведения. Первичный корпус эмпирической базы исследования составляет 200 единиц плакатного материала периода 1941–1945 гг. На следующем этапе работы анализируются существующие подходы к изучению коммуникативных стратегий и тактик русской речи и выявляются особенности речевого воздействия, используемые создателями плакатов для реализации коммуникативных целей.

В рамках исследования выделены следующие коммуникативные стратегии, сопровождаемые определенными приемами и средствами, применяемыми на морфологическом, лексическом и грамматико-синтаксическом уровне языка [1, с. 126; 2, с. 82]:

призыв к борьбе с врагом (***Бей фашистского гада!; Беспощадно разгромим и уничтожим врага!; Бей насмерть!***);

прославление советского воина (***Сильна богатырями земля наша; Слава героической Красной Армии!***);

апелляция к историческому прошлому (***Бей врага, как его били отцы и старшие братья-матросы октября!; Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ наших великих предков; Бьемся мы здорово, колем отчаянно – внуки Суворова, дети Чапаева!***);

поддержка партизанского движения (***Слава героям партизанам, разрушающим фашистский тыл; Да здравствуют наши славные партизаны и партизанки!***);

агитация добровольцев и тружеников тыла (***Идите добровольцами на фронт!; Вступайте в ряды народного ополчения!***);

призыв к защите Родины и сохранению территориальной целостности (***Все на защиту города Ленина от фашистских варваров!; За жизнь, за Родину, за Ленинград!***);

призыв к восстановлению промышленности и инфраструктуры (***Восстановим промышленность Ленинграда! Быстрее приведем в порядок корпуса и цеха наших заводов и фабрик!; Мы отстояли Ленинград, мы восстановим его!***);

распространение нравственных принципов и норм поведения (***Проявляй смелость, инициативу и сметку в борьбе с вражескими танками; Не болтай, враг слушает!; Будь бдительным!***).

Как культурный феномен, плакатный материал служит объектом исследований целого ряда гуманитарных наук. Характерной особенностью советского плаката является соединение вербальной и невербальной составляющей, что представляет интерес для изучения взаимодействия различных кодов. В связи с этим изучение плаката как поликодового текста служит дальнейшей перспективой исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сулейманова О. А., Фомина М. А., Тивьяева И. В. Принципы и методы лингвистических исследований : учеб. пособие. М. : Яз. Народов Мира, 2020. 352 с.
2. Петрова И. М., Иванова А. М., Никитина В. В. Современные цифровые технологии в лингвистических исследованиях : учеб. пособие для обучающихся по направлению «Лингвистика». М. : Яз. Народов Мира, 2022. 259 с.