

Императив, как стилистический прием, обеспечивает призывность речи и усиление от эффекта прямого обращения к человеку через графический и звуковой образ с плаката. Употребление глаголов во втором лице единственного и множественного числа в парцеллированных, восклицательных конструкциях обостряет образ, предавая ему законченность, запоминаемость, эффективность. Глаголы же множественного числа, образованные путем присоединения аффикса -те (любите, храните) немного смягчают повеление, приближая его по степени восприятия к совету или утверждению рекомендательного характера.

Для построения текста плаката часто использовался прием намеренной ритмизации текста, рифмовки коротких фраз. Интонация несет художественно-ценностную и информационно-смысловую нагрузку. Она выступает как «форма передачи ценностных ориентаций» и «способ эмоционально-внушающего воздействия» на читателя [2]. Рифма же представляет собой разновидность звукового повтора. Рифмуются созвучные слова, у которых совпадают чаще всего конечные слоги (природа — года, идем — путем). Рифмовка и ритмизация текста используется авторами для усиления запоминаемости лозунга, создания яркой образности, дополняющий графическую половину плаката. Примеры такой рифмовки можно увидеть в плакатах: «*Снайпер бьет издалека, но всегда наверт-няка*», «*Бываешь в разведке – смотри и на ветки. Не спи в секрете – ты за всех в ответе*».

Плакат стал средством пропаганды и обучения, поэтому текст в нем одновременно выполнял две функции: коммуникативную (функцию сообщения) и экспрессивную (функцию воздействия). В связи с этим важнейшими требованиями, определяющими эффективность текста плаката, являлись его доходчивость и выразительность. Все эти задачи в шрифтовом плакате решались через специфическую форму общения — ярким, образным, политически направленным словом.

Литература.

1. Агитационные плакаты СССР [электронный ресурс] URL: <http://art-assorty.ru/216-agitacionnyye-plakaty-sssr.html> (дата обращения 31.01.2016).
2. Боров, Ю.Б. Эстетика: Учебник. / Ю.Б. Боров – М.: Высшая школа, 2002. – 511 с.
3. Винокур, Г.О. Культура языка / Г. О. Винокур – М.: КомКнига, 2010. – 352 с.
4. Ефимов А. Н. Стилистика русского языка / А. Н. Ефимов – М.: Русский язык, 1969. – 222 с.
5. Ожегов, С.И К вопросу об изменениях словарного состава русского языка в советскую эпоху // С. И. Ожегов. – *Вопросы языкознания*, № 2, 1953.
6. Рождественский, Ю.В. Общая филология. – М.: Фонд "Новое тысячелетие", 1996. –326 с.
7. Савенко, Т.Д. Развитие общественно-политической лексики русского языка советского периода (по материалам «Толкового словаря русского языка» под ред. Д.Н.Ушакова и др. лексикографических источников): Дис. . канд. филол. наук. Киев, 1989.

СХОДСТВО И РАЗЛИЧИЕ СОВЕТСКИХ И БРИТАНСКИХ АГИТАЦИОННЫЕ ПЛАКАТЫ ВРЕМЁН ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

А.С. Дудин, студ. гр. 10А22

научный руководитель: Ивушкина Н.В.,

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

Во время Второй мировой войны необходимо было поднять боевой дух вооружённых сил и населения страны для отражения неприятеля, а также воздействовать на вражескую армию и население, занятых врагом территорий. Это способствовало развитию различных пропагандистских технологий, которые стали неотъемлемой частью самой войны. Для этого использовались все доступные средства того времени: звукозаписи, радиопрограммы, прямые пропагандистские аудиотрансляции на вражеские окопы, создание коллаборационистских организаций. В списке средств пропаганды плакаты и листовки занимают далеко не последнее место.

Данная работа посвящена пропагандистским плакатам СССР и Великобритании времен Второй мировой войны.

Целью данной работы является рассмотреть и сопоставить агитационные плакаты СССР и Великобритании времен Второй мировой войны.

Для обеспечения эффективной работы тыла и поддержкой вооружённого сопротивления на фронте, пропаганда была жизненно важна для СССР. С началом войны мирные жители столкнулись с разрушением привычной социальной среды. Пропагандистская работа была направлена на снижение уровня социального стресса, она помогала повысить боевой дух на фронте и в тылу.

Одними из самых знаменитых плакатов Великой Отечественной Войны были «Окна ТАСС», Плакаты этой серии состояли из нескольких взаимосвязанных рисунков с соответствующими текстами. Широкую известность получили периодические плакатные серии: «Слава Героям Отечественной Войны», «Боевые эпизоды», «Герои и Подвиги», «Боевой карандаш», Сатирическое обозрение «Бьем», газета-плакат «Раздавим фашискую гадину» и сатирический листок «Партизанская дубинка». По сути, малой формой плаката являлись иллюстрированные фронтовые и партизанские листовки.

Среди советских плакатов военного времени можно выделить несколько тематических групп:

1. Призыв к защите Родины («В атаку!», «До последнего патрона», «Враг не пройдет!», «Могучее Народное Ополчение», «Молодежь, в бой за Родину!»), а также – плакаты с образами женщин и детей, которые символизировали Родину, матерей, сестер, возлюбленных или невест, дочерей и сыновей для старшего поколения («Родина-Мать зовет!»).
2. Тема справедливости освободительной борьбы («Освободи», «Отомсти!»).
3. Разоблачение и осуждение фашизма («Воин Красной Армии, спаси!»).
4. Призывы к бдительности («Не болтай!», «Не болтай, враг слушает», «Враг коварен – будь начеку»);
5. Призывы помогать фронту, призывы к экономии («Прогулы ликвидировать полностью!», «Брак-Враг», «Водители машин! Бесперебойно доставляйте грузы на фронт», «Собирай ЛОМ», «Ты чем помог Фронту?»);
6. Призывы к самоотверженному труду («Больше хлеба для фронта и тыла. Убрать урожай полностью!», «На трактор девушки садятся смело!», «Мы поклялись своим мужьям», «Чем крепче тыл, тем крепче фронт!»).

Теперь обратимся к плакатам военного времени, созданным в Великобритании. Британские плакаты, в свою очередь, можно разделить на следующие группы.

1. Призыв на военную службу и к труду. Плакаты, призывавшие к службе в вооруженных силах и к труду, были нацелены, в основном, на набор специалистов и, в особенности, на призыв женщин к службе во вспомогательных частях и к труду. Также плакаты этой группы содержали призывы к наращиванию промышленной и сельскохозяйственной производительности («Копай для Победы!»).
2. Промышленное производство. Увеличение эффективности и производительности промышленных предприятий стало жизненно важной частью военных усилий и ключевой темой агитационных плакатов.
3. Сохранение морального духа. Помимо страданий, связанных с военными лишениями, гражданское население подвергалось непосредственной опасности из-за бомбардировок населенных пунктов. К августу 1939 года Министерство Информации выпустило серию из трех плакатов, призванных поддержать гражданское население: «Свобода в опасности. Защищай ее изо всех своих сил», «Твоя храбрость, твое жизнелюбие, твоя решимость принесут нам Победу» и «Сохраняй спокойствие и продолжай делать свое дело». Плакаты были созданы как декларация о моральных обязательствах каждого отдельного гражданина и не содержали никаких рисунков – только герб и надпись.
4. Вопросы безопасности. Во время войны значительное внимание уделялось повышению гражданской сознательности общества («Безответственная болтовня стоит жизни»).
5. Режим строгой экономии. Военные расходы были огромным бременем для британской экономики с ее ограниченными ресурсами, что привело к появлению призывов к обществу о сотрудничестве в области финансирования военно-экономической деятельности. Агитационные плакаты призывали усилить бережливость, не допускать ненужных трат и избыточного потребления. Также велась агитация за вторичную переработку и наращивание производства продуктов питания в садах и огородах.
6. Охрана здоровья и труда. Министерство питания агитировало людей есть здоровую пищу. Картофель и морковь были в достаточной степени доступны, поэтому министерство запустило агитацию с персонажами, которых звали «Картошка Пит» и «Док Морковь». Плакаты «Кашель и насморк ведут к болезням» говорили о необходимости следить за здоровьем.

При сопоставлении советских и британских агитационных плакатов можно выявить как ряд сходных черт, так и значительные различия.

К сходным чертам относятся особенности изображения «своих» и «врагов» а также сходство тематик плакатов, призванных облегчить решение вопросов трудовой дисциплины, безопасности, экономии.

В свете пропаганды «свои» предстают сильными, уверенными в себе людьми. Так же широко используются изображения государственных символов, политических лидеров, популярных исторических персонажей (чаще связанных с военной историей). Пребывание на фронте не связывается в пропагандистских материалах с опасностью. В то же время «враги» в пропагандистских материалах предстают то жалкими и беспомощными, то бесчеловечными монстрами. Чаще центральным звеном пропагандистского материала становится не сам враг, а бесчеловечность и разрушительность его действий. Образы политических лидеров вражеского государства используются в неприглядном виде. Вражеские солдаты изображаются наглыми и глупыми, а в бою проявляют трусость.

Различия, выявленные при сопоставлении плакатов двух стран, включают в себя:

1) уровень и сила эмоционального воздействия. Британия не вела боевых действий на своей территории, и ее население не знало массовых убийств, пыток, угона в рабство, концлагерей и прочих ужасов фашистской оккупации. Поэтому эмоциональный «накал» советских плакатов несопоставим с аналогичными британскими. Можно сказать, что страдания народа, в первую очередь, женщин и детей, ставшие темой многих советских плакатов, зашкаливают, выходят за пределы «нормы», «нормальной», «цивилизованной» жизни, которая явственно отражается в плакатах Великобритании. То же самое можно сказать и про плакаты, зовущие в бой, в атаку - динамичность, устремленность фигур на советских плакатах, не оставляет сомнений в ярости атаки и невозможности ей противостоять.

2) обращение к образу слабых и незащищенных в советском плакате – образы матерей, детей зывали о помощи, о защите, напоминали, что дорога каждая минута. Родина на самых популярных плакатах предстает в образе матери. Образность британского плаката связана с гражданственностью, любовью к королевской семье как символу Британии.

3) помимо идеи освобождения родной земли советский плакат обращается к таким общечеловеческим ценностям как национальное единение, солидарность и дружба народов, справедливость, гуманизм, противопоставляя их человеконенавистнической идеологии расизма и геноцида по отношению к поработаемым народам.

Итак, использование плакатного искусства в качестве средства пропаганды служило разнообразным целям, совокупность которых вела к победе над врагом. Как вид искусства плакат неразрывно связан не только с эпохой, в которую он создается, но и с местом и условиями своего «рождения», что хорошо заметно при сопоставлении британских и советских плакатов периода Второй мировой войны. Именно эта связь обуславливает тематику, лозунги и даже эмоциональный «накал» плакатов. При наличии сходства в некоторых приемах и темах в плакатах разных стран художники-плакатисты обращаются к тому, что наиболее близко менталитету и характеру конкретного народа. Британские плакаты наполнены чувством патриотизма, гражданского единения всех слоев общества в борьбе с врагом, личной ответственности каждого за успехи страны в войне. Советский плакат выдвигает на первый план идеи единения людей, самоотречения и героизма, защиты слабых и угнетенных, дружбы народов и гуманизма.

Литература.

1. Юферова А. А. Великая Отечественная война в произведениях советских художников. – М.: Изобразительное искусство, 1985. – 152 с.
2. Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Взаимосвязь эмоций и цвета // Вестн. Моск. ун-та – сер 14. – 1988. – №3.
3. Поташникова Г.И. Публицистика в годы ВОВ. – Самара, 2005
4. Свиридова И.А. Советский зрелищный плакат. Изд. «Изобразительное искусство», 1975.
5. Barrow Mandy. Britain since the 1930s. Campaigns and posters. [электронный ресурс] URL: <http://www.chiddingstone.kent.sch.uk/homework/war/campaigns.htm> (дата обращения 31.01.2016)
6. Keep calm and carry on: [электронный ресурс] URL: <http://www.keepcalmandcarryon.com/categories/keep-calm-and-carry-on/posters-artwork.html> (дата обращения 31.01.2016)
7. Stuart Hughes. The greatest motivational poster ever? [электронный ресурс] URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/7869458.stm (дата обращения 31.01.2016)
8. Vyšný Paul. Weapons on the wall. [электронный ресурс] URL: <http://www.standrews.ac.uk/~pv/pv/courses/posters/posters1.html> (дата обращения 31.01.2016)
9. Wikipedia. Keep calm and carry on. [электронный ресурс] URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Keep_Calm_and_Carry_On (дата обращения 31.01.2016)