

*С. В. Марченко (г. Самара)
Самарский юридический институт ФСИИ России*

Лозунги периода Великой Отечественной войны как вид экспрессивно-императивного воздействия на подсознание граждан

В статье рассматривается такое понятие, как лозунг, в частности речь идёт о лозунгах как наиболее эффективном способе психолингвистического воздействия на граждан. На примере лозунгов периода Великой Отечественной войны автор анализирует лингвистические способы создания экспрессивности.

Ключевые слова: экспрессивность, эмоциональное воздействие, риторические приёмы, способы создания экспрессивности

Война. Это многозначное слово, которое включает в свою семантику яркий негативный экспрессивный оттенок. Помимо того, что она подразумевает военные действия, последствиями которых являются смерть, разруха, слёзы, страдания, война, – это военное искусство, основной частью которого служит пропаганда. Во время войны особое значение приобретает психологическое воздействие не только на противника, но и на граждан своей страны. Это происходит для их мобилизации, для веры в будущую победу за счёт использования информационных каналов.

Во время Великой Отечественной войны эффективность организации работы по морально-психологическому воздействию на граждан была высока. Опора на идеологические доктрины обеспечила достижение политических целей. Советские люди, воспитанные на идеях, даже в самые тяжёлые годы войны были убеждены в том, что враг обязательно будет повержен.

Расчёт противника на то, что советский народ будет ошеломлён, парализован и сломан духовно, был неверным. Психологическая атака не оправдала надежд врага: не духовная податливость, а моральная стойкость; не национальная вражда, а интернациональное сплочение. Ни одна война за тысячу лет не давала таких примеров безграничной самоотверженности, мужества, героизма. Самопожертвование стало нормой, причём в основе его был заложен не фанатизм, а реально осознанное стремление сделать все возможное и невозможное для защиты Родины. В основу этого феномена легло патриотическое воспитание народа, а также умело проведенная идеологическая работа. Идеологические средства в то время использовались для решения нескольких задач. Во-первых, в целях укрепления духа своих вооруженных сил и населения; во-вторых, для ослабления морально-политического потенциала враждебной стороны. В то же время были определены главные направле-

ния духовного противоборства, приведён в действие весь огромный морально-политический потенциал страны, вся мощь идеологического оружия.

Как известно, сущность идеологической работы заключается во внедрении в сознание народа определенных идей и в обеспечении с помощью всего арсенала различных средств реализации их в жизнь, действительность, в поступки, свершения людей. Большую роль играла при этом способность конкретных идей эффективно «материализоваться» в поступках, социальных действиях масс. В связи с этим была решена такая важная задача, как разъяснение сущности, причин и характера данной войны, а также была определена социально-политическая ориентация трудящихся, организована мобилизация их духовных сил на отпор врагу. Глубокое осознание справедливого характера Великой Отечественной войны советского народа против фашизма создавало тот необходимый духовный, мировоззренческий заряд, благодаря которому люди определяли свое конкретное отношение к войне, общественному и воинскому долгу, обязанностям гражданина. В основном это достигалось систематической агитационно-массовой работой. Особое значение при решении данной задачи имело использование лозунгов.

Лозунг (от нем. Losung – пароль) – обращение, в краткой форме выражающее политическую идею, требование. В политической риторике лозунг выполняет функции призыва, побуждения к определенным действиям, а также функции знамени, символа, вокруг которого консолидируются определенные силы [1, с. 410]. Если знамена, геральдические атрибуты являются символами причастности людей к общему делу, то лозунги передают смысловую квинтэссенцию этой причастности, несут как энергетическую, так и смысловую нагрузку. Именно удачное сочетание энергетики и смысла обеспечивает мобилизующую силу лозунга. Так, в общественном сознании доминировали призывы:

«Все для фронта! Все для победы!»

Идеологические установки правительства были максимально конкретны и направлены на концентрацию усилий в борьбе с фашизмом, нанесения ему полного военного поражения. В идеологической работе широко использовались революционные, боевые традиции русского, советского народа. Справедливость – важная национальная черта – была той мыслью и тем чувством, которое способствовало победе в самой тяжелой и самой кровавой войне в истории человечества. Не случайно лозунгом стали слова главной песни этой войны:

*Идет война народная,
Священная война!*

Основным лозунгом Великой Отечественной войны были такие слова: *«Наше дело правое, враг будет разбит, победа будет за нами!»*

Правое дело – это справедливое дело, и именно понимание и уверенность в справедливости борьбы с захватчиками рождали стойкость, массовый героизм и веру в победу. Жизнестойкость и способность к выживанию в самых трудных и безысходных обстоятельствах – вторая важная черта на-

циональной идеи, которая проявилась в эти грозные военные годы. *«Умираем, но не сдаемся!»* – эти героические и трагические слова не раз были произнесены нашими воинами.

При изучении экспрессивности (воздействия) лозунга, необходимо использовать понятие идеологемы. В нашем понимании это общественно значимые ценности, призванные оказывать определённое идеологическое воздействие на граждан [2, с. 44]. Идеологемы, используемые для создания лозунгов, можно условно подразделить по качеству их общественно значимой ценности. Например, можно выделить идеологемы, апеллирующие к общественно-полезным человеческим качествам, таким как порядочность, честность, совесть, патриотизм, добро, добрая воля, духовность, вера, надежда, честь, достоинство, человечность, разум, ответственность, целеустремленность: *«Отстоим Волгу-Матушку!»*, *«Освободим родные города и сёла от фашистской нечисти!»*, *«Дойдём до Берлина!»*

Очень важна форма лозунга. Она экспрессией умножает его энергетику. Используются не только средства передачи смысла, но и средства выразительности. Более того, именно за счет удачно подобранной грамматической формы удается усилить воздействующую силу лозунга. Так, эллиптические конструкции обеспечивают лозунгу достаточно мобилизующей энергии: *«Бей так: что ни патрон – то немец!»*

Для усиления выразительности лозунгов часто использовались грамматические формы номинативного предложения:

«Смерть шпионам!», *«Ни шагу назад!»* – а также формы простого личного предложения со сказуемым-глаголом во втором лице: *«Ты чем помог фронту?»*

Распространение получили подобные лозунги, представляющие собой форму императива: *«Бей, коли, гони, бери в полон!»* *«Защитим родную Москву!»*

Наиболее эффективным средством повышения экспрессивности лозунгов являются восклицательный знак, которым оканчивался практически каждый лозунг, параллельные конструкции с тире: *«Больше металла – больше оружия!»* – двучленные и трехчленные конструкции: *«За Родину, за Сталина!»*, *«За Родину, за честь, за свободу!»*

Особенно выразительными считаются лозунги, содержащие конкретное обращение: *«Вперёд на врага, советские богатыри!»*, *«Партизаны, бейте врага без пощады!»*

Содержательная глубина подобных лозунгов обеспечивает глубину обращения, которая охватывает эмоциональный, рациональный, политический уровни восприятия.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что экспрессивность лозунгов Великой Отечественной войны, их действенная сила обеспечиваются следующим. Лозунг как комплекс особых приёмов (зачастую относящихся к сфере нейролингвистического программирования) воздействует на подсознание человека. Более того, цель этих лозунгов – воздействие, внушение, не-

кий категорический императив – была достигнута за счёт их яркости, броскости, приводящих в действие механизмы подсознательного утверждения и закрепления предлагаемого материала.

Примечания

1. Нефедов И. В., Шевченко Т. С. Особенности языкового манипулирования в политических лозунгах российских региональных предвыборных кампаний // Молодой ученый: междунар. науч. журнал. 2015. № 5 (85). 693 с.

2. Марченко С. В. Экспрессивные средства судебной речи: моногр. Самара: Самарский юридический институт ФСИН России, 2008. 112 с.

УДК 811

Н. А. Работникова (г. Москва)

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Профессионально-ориентированное обучение при изучении второго иностранного языка

Предлагаемая статья рассматривает вопросы профессионально-ориентированного обучения при изучении второго иностранного языка в неязыковых вузах. Актуальность данной темы обусловлена временем, которое предъявляет к сегодняшнему выпускнику вуза как к будущему специалисту более высокие требования относительно владения уже не одним, а двумя иностранными языками в профессионально-ориентированном направлении.

Ключевые слова: неязыковой вуз, второй иностранный язык, профессиональная направленность, смешанное обучение, профессиональная коммуникация

Вопрос о необходимости изучения второго иностранного языка в современном мире, который выдвигает новые требования в плане подготовки специалистов для различных областей народного хозяйства, уже не стоит. На этот вопрос ответила сама жизнь: необходим не только на уровне, как принято говорить, «бытовом», а в первую очередь на профессиональном. Поэтому изучение второго иностранного языка приобретает всё более отчетливо окраску профессионально-ориентированной направленности. И, конечно, это касается в первую очередь обучения второму иностранному языку в неязыковых вузах. Настоящее время диктует новые условия. И современному специалисту уже недостаточно уметь читать и переводить профессиональные тексты по своему профилю. Он обязан научиться пользоваться вторым языком как ещё одним инструментом для общения в своей профессиональной деятельности. Сегодня еще далеко не все высшие учебные заведения страны могут себе позволить предоставить своим студентам возможность изучать второй иностранный язык. Финансовый университет при Правитель-