

Эволюции политических систем в дискурсе политического плаката военного времени.

Гильманова Елена Маратовна

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Екатеринбург, Россия

E-mail: contactemgilmanova@yandex.ru

Одним из факторов политической системы является ее взаимодействие с внешней средой, которое осуществляется по средствам различных каналов связи. Креолизованный текст помогает наиболее четко передать сообщение, которое в силу сочетания различных семантических систем эффективно воздействует на адресата. Анализ подобных коммуникаций позволяет выстроить более полное представление о политической системе.

Плакат — креолизованный текст, требующий ответной реакции и задающий убеждающую установку за счет использования определенного набора средств (принцип постепенности, принцип узнаваемости, использование стереотипов и метафор, заложенных в политической культуре, высокий уровень шаблонности, снижающий риск многозначности трактовки). М.Б.Ворошилова пишет о жанре плаката следующее: «Плакат содержит в себе определенный социальный контекст коммуникации, продуцирует образ, восприятие которого происходит в определенных условиях, при наличии фоновых знаний» [1]. Военный политический плакат поможет понять особенности и специфику коммуникации политической системы.

В работе проведен сравнительный анализ дискурса военного плаката разных политических систем, выявлены различия и общие черты. Страны сравнения: Германская и Российская империи, США в Первую Мировую; Германия, СССР, США во Вторую Мировую. Анализ был разбит на два уровня: сравнение в пределах одного временного периода; эволюция дискурса плаката, отражающие факторы, влияющие на изменение особенности коммуникации.

В основе работы лежит сравнительный анализ с использованием следующих подходов:

- 1. Структурно-риторический подход**, рассматривающий взаимодействия языковой и иконической составляющей креолизованного текста.
- 2. Коммуникативный подход**, рассматривающий коммуникативные стратегии и тактики взаимодействия с реципиентом.

Структурный подхода требует выделения основных параметров для анализа, которыми стали: *простота, композиция (расположение объектов), смысловой объем, тематическое содержание, образы, степень персонификации, использование исторической ретроспективы, метафоры, степень карикатурности, изобразительные приемы*. Подробно рассмотрен код сообщения и каналы коммуникации. Под дискурсом плаката понимается текст (как вербальный, так и невербальный), «погруженного в реальность» [2].

В военное время приемы политического плаката максимально усиливаются. *Особое внимание уделено изображению, поскольку человек склонен больше доверять тому, что увидел. Изображение, усиленное метафорически или же символом, с которым адресат себя идентифицирует. Символы занимают особое место, выступая идеографической составляющей. В случае необходимости увеличения степени воздействия в креолизованном тексте используют стратегию запугивания, а так же конструирование образа вра-*

га, который становится главным для политического плаката военного времени. Основными характеристиками политического плаката военного времени является: ретроспективность; карикатурность образа врага (предпочтительны животные метафоры). С Первой по Вторую Мировые Войны смысловой объем и тематическое содержание заметно расширились. В Первую Мировую в основе плакатов лежало карикатурное изображение врага, изображение собственного вклада в дело военно-политического блока, смысл плаката был сведен к демонстрации собственной значимости внутри военно-политического блока (плакат «Россия за правду»). Во Вторую Мировую страны представляют большее разнообразие в сюжетах и образах. Образ врага конструируется по разному, различна тематика и смысловой посыл плаката.

Сравнительный анализ дискурса немецких политических плакатов отражает изменение политического режима. Плакат в Первой Мировой демонстрирует образы Антанты и Тройственного союза, объясняя, кто "хороший", кто "плохой"; во Вторую Мировую четко прослеживается идея построения нового, идеального общества, идеализируется вождь и представители нового общества, которое необходимо защищать. Политический плакат Второй Мировой Войны стал более простой, а образы более обобщенными. Простота объясняется не только принципом пропаганды, установленным Й.Гебельсом («Информация должна быть простой и доступной и повторять ее, то есть вбивать в головы, нужно как можно чаще»[3]), но и идеологией, которая объясняет высокую обобщенность плакатного образа, который не предполагал большого набора социальных ролей: человек не должен выделяться, что является характеристикой тоталитарного режима. Образы стали более обобщенными и идеализированными: в кайзеровской Германии не уделяли внимания идеализации образа солдата; плакат национал-социализма идеализирует образ солдата с «арийскими чертами». Образ вождя — новая тематика, поскольку образ кайзера не иконизировался и не демонстрировал "вождя, ведущего в новое общество". Образ врага подвергся изменению: в Первой Мировой образ врага был карикатурным; во Вторую Мировую карикатуры использовали на оккупированных территориях; цель плакатов, распространяемых внутри Германии, демонстрация максимальной опасности, необходимости превентивно атаковать. Смысловый посыл плаката - «мы лучше всех» стал преобладающим (идея предназначения немцев как основа для единства распространялась во времена кайзера), но в Третьем рейхе посыл усилился и стал гораздо очевиднее.

Главное отличие плакатов Российской Империи и СССР в смысловом наполнении: смысловый посыл плакатов Российской Империи - «мы лучшие», у советского плаката «уничтожим врага». В имперских плакатах присутствует сказочность, былинность, наслоение образов. В советское время произошло упрощение, уход от возможности многозначного трактования. Отражена идеология нового общества: появляется иконизированный образ вождя, образы стали стереотипными и статичными, но статичность гораздо менее выражена, в сравнение с немецким плакатом, в образах солдат появляется реализм, советский плакат не создает образ идеального солдата. Не смотря на резкую смену идеологии, метафоры врага сохранились, демонстрируя важность принципа узнаваемости.

Плакаты США отличает рекламный характер, манипулятивность, многонаправленность. Сохранились приемы, образы и метафоры, что обусловлено сохранением политического режима, однако видна эволюция политической системы. Набор образов увеличился, чаще появляется идея защиты благополучия и свободы, прослеживается более четкое представление о политических идеалах.

Дискурс плаката демонстрирует различия политических систем, отражая идеологию, значимые символы и метафоры; их развитие, изменение, которое можно проследить через развитие образов, смыслового наполнения и изобразительных средств плаката. Креолизованный текст часто используется СМИ и властью для коммуникации, поэтому через него можно анализировать изменения политической системы, выраженные через каналы коммуникации.

Источники и литература

- 1) М. Б. Ворошилова Креолизованный текст в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. - Вып. 3(23). - Екатеринбург, 2007. - С. 73-78)
- 2) М. Б. Ворошилова Креолизованный текст в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. - Вып. 3(23). - Екатеринбург, 2007. - С. 73-78)
- 3) Энциклопедия Третьего рейха. М.: «Локид-Пресс», 1999 г. С.-587
- 4) Басков Идеологическое оружие. Агитация и эстетика плаката // Новая идеология – 18.04.2010 [Электронный ресурс] URL: <http://newideology.ru/teoriya-i-praktika-pr/zakony-kreativa/ideologicheskoe-oruzhie-vizualnaya-ritorika-plakata/>
- 5) Политическая система в зеркале военного плаката // Журнальный клуб Интелрос. Политик HALL №43, 2008 [Электронный ресурс] URL: <http://www.intelros.ru/readroom/polithall/-43/2848-politicheskaja-sistema-v-zerkale.html>