



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.5.13>

UDC 81'42:655.3.066.12
LBC 81.055.51.5

Submitted: 22.08.2019
Accepted: 25.05.2020

UNIFIED IMAGE OF THE SOVIET WOMAN IN WARTIME NEWSPAPER DISCOURSE MARKERS

Valery M. Amirov

Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia

Abstract. The purpose of the article is to study the system of lexical markers, characteristic of female image formation in the Soviet media of the Great Patriotic War period. Critical discourse analysis method is applied to investigating the leading Soviet newspapers publications devoted to the role of women in the Great Patriotic War. In total over 300 publications issued during 1941–1943 were selected for analysis according to keywords and thematic relevance. The system of lexical markers, comprising the unified female image creation ways, is defined and analyzed. Ideology domination and militarization are noted to have been essential for unified image formation in the Soviet newspaper discourse of the Great Patriotic War period. The paper reveals the markers that reflect the dynamics of female image transformation: from a rear toiler replacing the man who had left for the front in the first period, to the soldier, the woman capable of taking the place of the fallen fighter in next war period. Classification and description of the markers are presented. The author points out, that the unified image is viewed as the ‘image-function’ deprived of characteristic female features, traditionally represented in journalistic texts. A conclusion is drawn upon designing the unified ‘image-function’: it was worked out only pursuing propaganda goals, with the main one – mobilization of women on fight against the enemy threatening the very existence of the state.

Key words: discourse analysis, newspaper discourse, discourse marker, image, ideologization, militarization.

Citation. Amirov V.M. Unified Image of the Soviet Woman in Wartime Newspaper Discourse Markers. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2020, vol. 19, no. 5, pp. 145-154. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.5.13>

УДК 81'42:655.3.066.12
ББК 81.055.51.5

Дата поступления статьи: 22.08.2019
Дата принятия статьи: 25.05.2020

УНИФИЦИРОВАННЫЙ ОБРАЗ СОВЕТСКОЙ ЖЕНЩИНЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕРОВ ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСА ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ

Валерий Михайлович Амиров

Уральский федеральный университет, г. Екатеринбург, Россия

Аннотация. В статье на основе метода критического дискурс-анализа исследуются публикации центральных советских газет, посвященные роли женщин в Великой Отечественной войне. Всего к анализу привлечено более 300 номеров за 1941–1943 гг., из которых по ключевым словам и тематической отнесенности отобран материал для изучения. Определен и проанализирован инструментарий создания унифицированного образа женщины – система лексических маркеров. Выявлено, что в советском газетном дискурсе периода Великой Отечественной войны унифицированный образ женщины создавался посредством его идеологизации и милитаризации. Показана его динамика: в публикациях начального этапа войны доминируют маркеры, способствующие созданию образа женщины – труженицы тыла, заменившей мужчину, ушедшего на фронт, в публикациях последующих этапов доминируют маркеры, способствующие созданию образа женщины-солдата, заменившей мужчину, погибшего на поле боя. Установлено, что унифицированный образ представляет собой образ-функцию: он лишен традиционно репрезентируемых в журналистских текстах женских черт. Делается вывод о том, что конструирование унифицированного образа-функции осуществлялось

исключительно для решения пропагандистских задач, главная из которых – мобилизация женщин на борьбу с врагом, угрожающим самому существованию государства.

Ключевые слова: дискурс-анализ, газетный дискурс, маркер дискурса, образ, идеологизация, милитаризация.

Цитирование. Амиров В. М. Унифицированный образ советской женщины в системе маркеров газетного дискурса военного времени // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2020. – Т. 19, № 5. – С. 145–154. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.5.13>

Введение

Непрерывно растущее количество публикаций СМИ, посвященных проблематике современных военных конфликтов, актуализирует задачу изучения газетного дискурса Великой Отечественной войны. Его особенностью является детерминированность идеологическими концептами, а также тем обстоятельством, что перед газетами, находившимися под строгим партийно-политическим контролем, стояла задача информационного обеспечения успешного противостояния Красной армии немецко-фашистской военной машине, угрожавшей самому существованию советского государства.

Одним из показателей предельной мобилизации Советским Союзом сил для борьбы с фашизмом является привлечение к фактически ненормированному труду на производстве и к непосредственному участию в боевых действиях женщин. Агитация, обращенная к женщинам, которых руководство страны зовет на заводы, фабрики, в шахты и на поля, а позднее и на фронт, – важнейшая часть газетного дискурса.

Материал и методы исследования

В работе анализируются публикации в ведущих советских газетах 1941 г. (начальный период войны) и 1943 г. (стратегический перелом в ходе боевых действий) для выявления политических маркеров, фиксирующих роль женщин в достижении победы над грозным врагом. Всего изучено более 300 номеров газет «Красная Звезда», «Правда» и «Комсомольская правда», из которых по ключевым словам и тематической отнесенности отобраны публикации, посвященные женщинам на войне. Показательны заголовки этих публикаций: «Девушки, вас ждут заводы!», «Анна Лаптева и ее подруги», «Марина Абрамова», «Жен-

щины на партийной работе», «Стахановские дела творцов оружия – Антонины Тихоновой и ее подруг», «Славные дела советских патриотов», «Девушки, на производство!», «Советская женщина – великая сила», «Фашизм – злейший враг женщин. Смерть фашизму!», «Учительница из Жашкова», «Письма Наташи Ковшовой» и мн. др.

Исследование базируется на принципах критического дискурс-анализа, модель которого была впервые предложена философом Мишелем Фуко. В соответствии с его концепцией дискурс – это «совокупность высказываний, принадлежащих к одной и той же системе формаций» [Фуко, 1996, с. 108], то есть конкретному историческому периоду или какому-то социуму. В качестве ключевых элементов, определяющих дискурс по Фуко, исследователи выделяют идентичность, субъективность, дискурсивное событие, дискурсивные практики, дискурсивные формации и т. д. [Савельева, 2015, с. 93].

Развивая идеи М.Фуко, Р. Водак предложила в ряде своих работ дискурсивно-исторический подход, который позволяет рассматривать дискурс с учетом социального, политического, исторического аспектов (см.: [Wodak, 2015]). Об этом же пишут и многие российские ученые, например В. Чернявская, указывающая на то, что смысл дискурс-анализа заключается в соотношении текста «с экстралингвистическим фоном, со спецификой коммуникативной ситуации, социокультурными, историческими, этническими и прочими факторами» [Чернявская, 2017, с. 84–85].

В ряде работ, посвященных проблематике освещения вооруженных конфликтов в СМИ, отмечается резкое усиление в такие периоды контроля за медиа со стороны государства. В частности, Н.С. Авдониная пишет о том, что «посредством СМИ происходит внедрение в массовое сознание необходимых

идеологических клише» [Авдони́на, 2012, с. 17]. Ключевую важность СМИ как «информационного оружия» подчеркивает Д.В. Соколова, которая указывает на то, что «в условиях вооруженных столкновений СМИ не просто информируют аудиторию о происходящих событиях, роль медиа значительно трансформируется, и в некотором смысле СМИ становятся одной из сторон конфликта, используя потенциал информационного оружия» [Соколова, 2019, с.187].

Американским исследователем Дж. Лаккоффом была выделена когнитивная модель «сказки о справедливой войне», в которой герой вынужден противостоять агрессору, совершающему преступление, защищая или себя или жертву [Lakoff, 1991]. Эта модель обсуждалась в публикациях многих российских ученых, среди которых Э.В. Будаев, констатирующий следующее: «в рамках риторического направления политической лингвистики было показано, что в основе конструируемой в политическом дискурсе “Сказки о справедливой войне” лежит необходимость в морализации конфронтации» [Будаев, 2007, с. 19].

Публикации периода Великой Отечественной войны опираются именно на образ справедливой, праведной войны, на что обращают внимание в своем исследовании Л.А. Бурганова и П.А. Корнилов, подчеркивая, что такой образ является одним из самых популярных в пропаганде. При этом «образ войны включен в образ мира и, в свою очередь, распадается на множество субобразов» [Бурганова, Корнилов, 2003, с. 56], в качестве которых, согласно мысли авторов, могут быть образы солдата, офицера, военачальника, труженика тыла и т. д.

Анализируя особенности работы СМИ в период вооруженных конфликтов, А.И. Ломовцев указывает, что «типичными приемами СМИ в годы войны были: героизация реального поступка; унификация, универсализация и художественная реализация героического образа; создание собирательного образа врага; иерархичность и избирательность героических образов» [Ломовцев, 2002, с. 4].

Для выявления особенностей конструирования образа женщины в военном газетном дискурсе важно также понятие медиатизации. Термин был введен российскими исследовате-

лями. Он означает выход информации того или иного содержания в главные темы медиаповестки. В годы Великой Отечественной войны такой информацией стали сведения о военных событиях. Военная информация не просто доминирует в газетном дискурсе, но и определяет психологию всего общества. Такое доминирование Н.Н. Борщева и О.А. Постникова называют «массмедийным насилием» [Борщева, Постникова, 2016, с. 23].

Исследуя публикации в советских газетах периода Великой Отечественной войны, мы можем говорить об изучении газетного дискурса, поскольку ограничиваемся четко очерченными временным отрезком, анализируем особую совокупность высказываний с учетом политического и идеологического контекста военного времени.

Одной из важнейших черт этого дискурса является обращение журналистов военного периода к образу женщины, поскольку представительницы прекрасного пола заменили мужчин у станков, в шахтах, на полях и участвовали в боевых действиях на фронтах Великой Отечественной войны. Образ женщины при наличии константных черт претерпевает трансформации, определяемые положением дел, складывающимся на передовой.

Особенности женского военного образа в настоящее время составляют предмет исследований представителей многих гуманитарных наук. В частности, о смене гендерных стереотипов в публикациях о войне пишет К.В. Игаева, полагая, что инверсия гендерных ролей была вызвана военной необходимостью разделения обязанностей, которые традиционно воспринимались как мужские [Игаева, 2018, с. 249].

Проблематика трансформации образа героя в журналистских произведениях под влиянием складывающихся обстоятельств достаточно хорошо изучена в теории журналистики. Так, Е.В. Зеленина указывает на то, что отражение определенной эпохи, социальной среды – это необходимый фон, сопутствующий человеку, о судьбе которого говорит журналист в материале. При этом «образ не описывает всего богатства характеристик объекта, так как сам оригинал намного глубже и шире. На уровне чувств образ – это ощущение, восприятие, представление, а в плане

логического мышления – понятие, суждение, умозаключение» [Зеленина, 2014, с. 34].

Опираясь на представленные исследования, рассмотрим тексты советских газет военного периода в аспекте создания образа женщины.

Результаты и обсуждение

Образ, формируемый публикациями газет военного периода, является унифицированным, то есть представляет всех женщин Советского Союза, вне зависимости от их социального статуса, уровня образованности, этнонациональной принадлежности и т. д.

Кроме того, можно утверждать, что речь идет также о конструировании унифицированного образа-функции: женщины – труженицы тыла и женщины-солдата. Образ-функция принципиально отличается от публицистического образа, создаваемого в журналистском тексте тем, что не содержит или почти не содержит каких-то индивидуальных черт, присущих конкретному персонажу публикации: внешних характеристик, особенностей внутреннего мира и др. Задача конструирования такого образа в публикациях военного времени решается посредством идеологизации и милитаризации, максимального упрощения характера героя, сведения его к набору идеологических функций, использования языковых клише.

Конструирование унифицированного образа-функции, хотя и осуществляется в журналистских текстах, имеет сугубо пропагандистскую цель – в условиях нехватки мужчин, направленных в воюющую армию, мобилизовать женщин на борьбу с врагом и на предприятиях, выпускающих военную продукцию, и непосредственно на фронтах. Следовательно, газетный дискурс в условиях монополии государства на средства массовой информации в значительной степени является пропагандистским, большое влияние на него оказывает критическая ситуация, складывающаяся в войне.

Унифицированный образ-функция создается в советском военном газетном дискурсе с использованием инструментария идеологизации и милитаризации. Охарактеризуем каждый из этих инструментов.

Идеологизация образа

Образ представляется в публикациях газет «Комсомольская правда», «Правда» и «Красная Звезда» идеологизированным, что определяется маркерами *комсомолка*, *советская* и *патриотка*:

(1) ...Сотни тысяч **патриоток** нашли ту или иную форму своего участия в Отечественной войне (Советская женщина – великая сила // Правда. 1941. 8 окт.);

(2) ...**Советские патриотки** должны давать отпор малейшим вражеским вылазкам (Советская женщина – великая сила // Правда. 1941. 8 окт.);

(3) ...Судьбы **советской** женщины и ее детей неразрывно связаны с судьбами **советской** страны (Советская женщина – великая сила // Правда. 1941. 8 окт.).

Патриотизм, в соответствии с публикациями газет того времени, поддерживает силы работающих для фронта женщин и позволяет им добиваться невиданно высоких трудовых результатов, которые не могли быть достигнуты без мобилизующего патриотического начала:

(4) В годы войны с удесятеренной силой проявился патриотизм славных советских женщин (Карпова Н. Женщины на партийной работе // Правда. 1941. 10 окт.);

(5) ...Советские патриотки заменили здесь мужчин, ушедших на фронт, показывают замечательные образцы в работе, добиваются не только выполнения, но и перевыполнения плана (Васильева А. Славные дела советских патриоток // Правда. 1941. 23 окт.).

Идеологизации образа способствует характеристика женщин посредством маркера партийности – *комсомолка*:

(6) **Комсомолка** считала своим долгом рассказать населению района о докладе товарища Сталина (Верная дочь советского народа – Лиза Чайкина // Комсомольская правда. 1941. 30 дек.).

Строго говоря, комсомол не являлся партией, однако эта общественная организация называлась «ленинским коммунистическим союзом молодежи», работала под организационным и идейным руководством коммунистической партии и рассматривалась как ее ближайший кадровый резерв.

Маркер партийности актуализирует такую черту женщины, как преданность делу коммунистической партии и ее вождя:

(7) Четырнадцать селений обошла Лиза, разнося слова сталинской правды, вселяя надежду в наших людей, словно набатным колоколом поднимая их на борьбу за родную Отчизну (Верная дочь советского народа – Лиза Чайкина // Комсомольская правда. 1941. 30 дек.).

Практического значения поступок героини, судя по тексту, не имел, однако показывал вдохновенность девочки-подростка услышанными и прочитанными словами вождя и готовность к большим и самоотверженным усилиям для передачи смысла и духа этих слов.

Родина ассоциируется в публикациях не с семьей, родственниками и близкими, знакомыми с детства местами, а с партийным правительством и личностью руководителя страны:

(8) Храбрая дочь Родины Марина Раскова отвечала на эту заботу и ласковое, отеческое внимание вождя беспредельной преданностью Родине, партии, Сталину. Она работала над укреплением мощи военно-воздушных сил, не зная усталости (Памяти Героя Советского Союза Марины Расковой // Комсомольская правда. 1943. 9 янв.).

Образ героини упрощается, теряет глубину, женственность и эмоциональную основу, становясь образом-функцией: женщина представляется как живущая долгом и ожиданием возможности совершить подвиг. Такой образ является милитарным – это образ солдата, лишённого индивидуальных черт, личных переживаний и готового к любым лишениям и даже смерти за идею.

Дискурс фиксирует активное применение средствами массовой информации маркера *советская*, призванного подчеркнуть особенность советских женщин в их отношении к труду и обороне страны, высоту моральных качеств и твердость духа:

(9) Наш долг, долг **советских** женщин, – заменить их (отцов и братьев. – В. А.) у станков и дать им столько вооружения и боеприпасов, сколько требуется для разгрома врага (Девушки, на производство! // Комсомольская правда. 1941. 12 нояб.).

Идеологизация образа в газетном дискурсе военного времени осуществляется также

посредством маркера *патриотка*, при этом во многих текстах он используется наряду с двумя другими маркерами – *комсомолка* и *советская*:

(10) Лучшие **патриотки** доказали, что советской девушке, воспитаннице большевистской партии, всякая работа по плечу (Девушки, вас ждут заводы! // Комсомольская правда. 1941. 14 нояб.).

Выстраивается линия взаимосвязанных маркеров: *патриотка* – *советская* – *комсомолка* (член молодой гвардии / большевистской партии).

Идеологические маркеры пронизывают публикации советских газет всего военного периода, практически не претерпевая изменений. Они константны. Мы можем видеть их в газетных материалах и победного 1945 года. При этом образ женщины – участницы трагических событий войны – трансформируется. Если в начале Великой Отечественной войны (1941 г.) в публикациях актуализируется образ женщины-труженицы, которая работает в цеху и в поле для фронта вместо мужчин, то в более поздних материалах (1943 г.) – образ женщины-солдата.

Милитаризация образа

Выделим несколько черт такого коллективного публицистического образа, создаваемого СМИ в 1941 году. В первую очередь отметим акцентирование газетных публикаций на формировании патриотического порыва, способствующего массовому приходу женщин на производство вместо мобилизованных в армию мужчин:

(11) Святая обязанность каждой патриотки работать в тылу так, чтобы фронт ни в чем не знал недостатка (Девушки, вас ждут заводы! // Комсомольская правда. 1941. 14 нояб.).

Особо подчеркивается добровольность патриотического трудового выбора. Условия такого труда крайне тяжелы, и в материалах акцентируется внимание на самоотверженности женщин, героической составляющей их труда, имеющего прямое отношение к обороне:

(12) Женщина помогает фронту, женщина – крепкий тыл (Советская женщина – великая сила // Правда. 1941. 8 окт.);

(13) ...Нет буквально такого участка в производственной и общественной жизни, где советские патриотки не смогли бы заменить ушедшего на фронт бойца (Карпова Н. Женщина на партийной работе // Правда. 1941. 10 окт.).

Одновременно в текстах отражена широта вовлечения представительниц прекрасного пола в такую работу:

(14) Сотни тысяч девушек уже нашли свое место в боевом строю народа. Они заменили своих отцов и братьев на шахтах, у станков, у буровых скважин (Девушки, вас ждут заводы! // Комсомольская правда. 1941. 14 нояб.).

Однако только производственными задачами использование женского труда не ограничивалось. Кроме работы на заводах, советская женщина героически выполняла значительные вспомогательные военные функции, в том числе и связанные с опасностью для жизни:

(15) ...Они проявляют себя в санитарных дружинах, отрядах медицинских сестер, поваров, в организации противовоздушной обороны (Советская женщина – великая сила // Правда. 1941. 8 окт.).

Несмотря на огромное напряжение на фронте, в публикациях 1941 г. не обнаружено свидетельств о значительной мобилизации женщин для выполнения боевых задач. Факты участия женщин в сражениях единичны, количество женщин в шинелях ничтожно мало по сравнению с количеством привлекаемых на предприятия.

Такие публикации появляются в советских газетах несколько позже, начиная с 1943 года. Когда потери на фронтах стали столь велики, что понадобилось заменять уже не только мужчин-рабочих, но и мужчин-солдат. Газетный дискурс отражает ситуативные изменения – к идеологизированному образу добавляются новые мотивирующие элементы. Среди них добровольный отказ от образа жизни, характерного для женщины того времени, во имя выполнения патриотического долга по защите Отечества:

(16) Послушайте рассказ о 19-летней советской девушки, которая пришла на фронт, сменив иглу белошвейки на автомат бойца... С тех пор не раз ходила она в разведку, выполняя ответственные задания (Корольков Ю. Комсомолка Володя Рыбинский // Комсомольская правда. 1941. 26 дек.).

В газетных публикациях конструируется образ женщины, уничтожающей врага:

(17) Доблестная защитница Севастополя снайпер Людмила Павлюченко уничтожила 309 немцев (Мишакова О. Советская женщина в Великой Отечественной войне // Комсомольская правда. 1943. 8 марта);

(18) Капитан гвардии, дважды орденоседец Вера Крылова – отличный автоматчик, пулеметчик, истребитель танков (Мишакова О. Советская женщина в Великой Отечественной войне // Комсомольская правда. 1943. 8 марта).

В описании боевых ситуаций, в которых участвуют женщины-воины, нет места колебаниям, сложным психологическим оценкам и нравственным терзаниям относительно противоестественности самого факта уничтожения людей, являющихся солдатами противника, сожаления об отнятых войной жизнях.

Образ женщины-солдата конструируется в публикациях советских газет военного периода параллельно с конструированием образа труженицы тыла, постепенно выдвигаясь на первый план и становясь главным. Быть труженицей тыла – почетно и правильно, но воевать на фронте – еще почетнее. Для конструирования образа женщины-солдата используются те же маркеры, что и при конструировании образа женщины-труженицы – *советская, патриотка, комсомолка*, но к ним добавляются еще и такие маркеры, которые характеризуют воина, бойца, например *отважная, храбрая и смелая*:

(19) Тысячи **смелых, отважных советских** женщин с оружием в руках встали на защиту Родины. Они овладевают искусством истреблять врага, упорно и настойчиво изучают оружие (Мишакова О. Советская женщина в Великой Отечественной войне // Комсомольская правда. 1943. 8 марта);

(20) Командование высоко оценило подвиг **советской патриотки**. Она была награждена орденом «Красной Звезды». **Храбрая** девушка вступила в ряды партии... Она погибла, как солдат в своем родном полку, с которым не раз ходила в атаку (Гвардии капитан Вольфсон. Дочь Латвии // Комсомольская правда. 1941. 15 апр.).

Активно применяется нетипичный для конструирования женского образа маркер *мужественная*, который способствует пониманию читателем того, что женщина выполняет

на фронте традиционно мужскую солдатскую функцию – уничтожение врага:

(21) Во многих боях участвовали девушки-снайперы. Они **мужественно** сражались, истребили десятки немцев, обучили целую группу молодых снайперов (Письма Наташи Ковшовой // Комсомольская правда. 1943. 23 мая).

При этом тексты публикаций концентрируют внимание на добровольности ухода женщин на фронт, их личном желании сражаться с фашистами. В материалах газет нет обращения к гражданам страны призыва отправляться в бой, но презентуются в качестве образца проявления патриотизма многочисленные примеры таких поступков:

(22) У Григория Григорьевича есть дочь – комсомолка Клавдия. Теперь она доброволец, боец противовоздушной обороны (Карташов А. Отец и дочь // Комсомольская правда. 1943. 30 мая).

Женщинами-солдатами гордятся их семьи, жители родных для них мест и трудовые коллективы, из которых они вышли:

(23) Жители деревни Великий Двор Тихвинского района Ленинградской области могут гордиться своей землячкой – отважным солдатом, умелым снайпером (Капитан Гюне Л. Чижик и ее подруги // Комсомольская правда. 1943. 1 июня);

(24) Как мать горжусь Тосей. Она честно выполняет мой материнский наказ – истреблять немецкую гадину (Капитан Гюне Л. Чижик и ее подруги // Комсомольская правда. 1943. 1 июня).

Желание противостоять гитлеровцам на поле боя, лицом к лицу с опасностью для женщин добровольное, но совершенно необходимое, это естественное проявление патриотического воспитания, любви к Родине.

Особого внимания требуют примеры использования журналистами газет фронтового периода при конструировании образа женщины-солдата маркера *жертвенность*. С его помощью фиксируется не только готовность советской женщины отдать жизнь для победы над врагом, но и презрение к смерти:

(25) В последнем своем бою Наташа Ковшова и Мария Полеванова оказались в окружении. Расстреляв весь запас патронов, отважные патриотки предпочли смерть позорному немецкому плену (Письма Наташи Ковшовой // Комсомольская правда. 1943. 23 мая).

Нужно констатировать, что жертвенность понимается в прямом значении – пожертвовать собой, отдать жизнь, умереть, а не в более привычном для образа женщины – жертвенность как материнство, через готовность пожертвовать своими интересами для ребенка, семьи, родных и близких. Жертвенность в журналистских текстах периода Великой Отечественной войны – это именно жертвенность солдата.

Отметим применение по отношению к женщинам, выполняющим боевые задачи в армейских подразделениях, военных терминов, определяющих армейские статус и специальности, – *боец, солдат, снайпер, пулеметчик, автоматчик, истребитель*. Это обстоятельство также указывает на унификацию образа и конструирование его как образа-функции. Образ воюющей женщины не нуждается в репрезентации «женских» черт, в нем нет места гуманистическим аспектам, эмоциям, обычно обязательно выраженным в «немилитарных» публикациях, создающих портрет женщины. Использование при конструировании образа женщины сугубо военной терминологии подчеркивает критичность ситуации, необходимость отказаться от любых проявлений женственности, от любых сомнений для сосредоточения на главной задаче – смертельной битве с врагом.

Выводы

Таким образом, можно констатировать, что образ женщины в газетном дискурсе периода Великой Отечественной войны создается в системе идеологизированных и милитаризированных маркеров. Описанные маркеры можно рассматривать как систему, поскольку они способствуют сакрализации единого медиапространства, формируют локации эталонных состояний для реализации единой цели – мобилизации женщин на борьбу с врагом через самоотверженный труд или непосредственное участие в боевых действиях. Этот образ является унифицированным, лишенным каких-то характерных для журналистских материалов «немилитарных» периодов индивидуальных черт. Задачей создателей унифицированного образа стала мобилизация женщин на трудовые, а затем и на боевые подвиги. Рассматриваемый образ представляет

собой не публицистический портрет, а образ-функцию с набором функциональных черт женщины, обеспечивающей производство в интересах фронта, и женщины-солдата.

Выявление идеологизированных и милитаризированных маркеров составляет важную научную задачу, актуализированную как обилием в современном российском медиапространстве журналистских текстов о войнах и боевых конфликтах последнего времени, наличием в них пропагандистских и мобилизационных концептов, так и обращением исследователей различных областей знания к теме Великой Отечественной войны в год 75-летия со дня ее окончания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Авдолина Н. С., 2012. Журналистика и политика вооруженного конфликта: сравнительный анализ американской и отечественной прессы: дис. ... канд. полит. наук. СПб. 269 с.

Борщева Н. Н, Постникова О. А., 2016. Современная военная журналистика: тенденции развития и профессиональные стандарты // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. № 2. С. 23–25.

Будаев Э. В., 2007. Сказка о справедливой войне в средневековом политическом дискурсе // Политическая лингвистика. Вып. 3 (23). С. 19–22.

Бурганова Л. А., Корнилов П. А., 2003. Реконструирование структуры образа военного конфликта (по материалам СМИ) // Социологические исследования. № 6. С. 56–63.

Игаева К. В., 2018. Гендерные исследования «новых войн»: воспроизводство маскулинности или переосмысление представлений о мужестве // Социология власти. № 1. С. 245–251.

Зеленина Е. В., 2014. «Портрет героя»: ценностно-смысловые и творческие аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. № 2. С. 33–52.

Ломовцев А. И., 2002. Средства массовой информации и их воздействие на массовое сознание в годы Великой Отечественной войны: на материалах Пензенской области : дис. ... канд. ист. наук. Пенза. 200 с.

Савельева Е. Б., 2015. О взглядах Мишеля Фуко на теорию дискурса // Вестник Московского института лингвистики № 2. С. 92–95.

Соколова Д. В., 2019. Медиатизация войн во Вьетнаме и Афганистане // Известия Уральского федерального университета. Серия 1, Проблемы

образования, науки и культуры. Т. 25. С. 187–189.

Фуко М., 1996. Археология знания. Киев : Ника-Центр. 208 с.

Чернявская В. Е., 2017. Операционализация контекста в дискурсивном анализе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. Т. 9, вып. 4. С. 83–93. DOI: 10.17072/2037-6681-2017-4-83-93.

Lakoff G., 1991. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf// VietNam Generation Journal & Newsletter. URL: http://www2.iath.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_1.html (date of access: 10.04.2019).

Wodak R., 2015. The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean. L. : Sage. 238 p.

ИСТОЧНИКИ

Антонова Ц., Кронгауз Р. Анна Лаптева и ее подруги // Комсомольская правда. 1941. 26 нояб.

Васильева А. Славные дела советских патриотов // Правда. 1941. 23 окт.

Верная дочь советского народа – Лиза Чайкина // Комсомольская правда. 1941. 30 дек.

Вольфсон. Дочь Латвии // Комсомольская правда. 1941. 15 апр.

Гвардии капитан Вольфсон. Дочь Латвии // Комсомольская правда. 1941. 15 апр.

Гюне Л. Чижик и ее подруги // Комсомольская правда. 1943. 1 июня.

Девушки, вас ждут заводы! // Комсомольская правда. 1941. 14 нояб.

Девушки, на производство! // Комсомольская правда. 1941. 12 нояб.

Капитан Гюне Л. Чижик и ее подруги // Комсомольская правда. 1943. 1 июня.

Карпова Н. Женщины на партийной работе // Правда. 1941. 10 окт.

Карташов А. Отец и дочь // Комсомольская правда. 1943. 30 мая.

Корольков Ю. Комсомолка Володя Рыбинский // Комсомольская правда. 1941. 26 дек.

Марина Абрамова // Комсомольская правда. 1941. 30 нояб.

Мишакова О. Советская женщина в Великой Отечественной войне // Комсомольская правда. 1943. 8 марта.

Памяти Героя Советского Союза Марины Расковой // Комсомольская правда. 1943. 9 янв.

Письма Наташи Ковшовой // Комсомольская правда. 1943. 23 мая.

Советская женщина – великая сила // Правда. 1941. 8 окт.

- Стахановские дела творцов оружия – Антонины Тихоновой и ее подруг // Правда. 1941. 24 окт.
Учительница из Жашкова // Комсомольская правда. 1941. 18 нояб.
Фашизм – злейший враг женщин. Смерть фашизму! // Комсомольская правда 1941. 9 сент.

REFERENCES

- Avdonina N.S., 2012. *Zhurnalistika i politika vooruzhennogo konflikta: sravnitel'nyj analiz amerikanskoj i otechestvennoj pressy* [Journalism and policy of armed conflict: comparative analysis of the American and domestic press]: dissertacija ... kandidata politicheskikh nauk. Saint Petersburg. 269 p.
- Borshheva N.N, Postnikova O.A., 2016. Sovremennaja voennaja zhurnalistika: tendencii razvitiya i professional'nye standarty [Modern war reporting: trends of development and professional standards]. *Aktual'nye problemy gumanitarnyh i social'no-jekonomicheskikh nauk*, no. 2, pp. 23-25.
- Budaev Je.V., 2007. Skazka o spravedlivoj vojne v srednevekovom politicheskom diskurse [The tale of fair war in a medieval political discourse]. *Politicheskaja lingvistika*, iss. 3 (23), pp. 19-22.
- Burganova L.A., Kornilov P.A., 2003. Rekonstruirovanie struktury obraza voennogo konflikta (po materialam SMI) [Reconstruction of structure of an image of the military conflict (on materials of media)]. *Sociologicheskie issledovanija*, no. 6, pp. 56-63.
- Igaeva K.V., 2018. Gendernye issledovanija “novyh vojn”: vosproizvodstvo maskulinnosti ili pereosmyslenie predstavlenij o muzhestve [Gender researches of “new wars”: reproduction of a maskulinnost or reconsideration of ideas of courage]. *Sociologija vlasti*, no. 1, pp. 245-251.
- Zelenina E.V., 2014. «Portret geroja»: cennostno-smyslovye i tvorcheskie aspekty [“Hero’s portrait”: valuable and semantic and creative aspects]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, no. 2, pp. 33-52.
- Lomovcev A.I., 2002. *Sredstva massovoj informacii i ih vozdejstvie na massovoe soznanie v gody Velikoj Otechestvennoj vojny: na materialah Penzenskoj oblasti* [Mass media and their impact on mass consciousness in days of the Great Patriotic War: on materials of the Penza region]. Diss. kand. ist. nauk. Penza. 200 p.
- Savel'eva E.B., 2015. O vzgljadah Mishel'ja Fuko na teoriju diskursa [About Michel Foucault’s views of the theory of a discourse]. *Vestnik Moskovskogo instituta lingvistiki*, no. 2, pp. 92-95.
- Sokolova D.V., 2019. Mediatizacija vojn vo V’etname i Afganistane [Mediatization of the wars in Vietnam and Afghanistan]. *Izvestija Ural'skogo federal'nogo universiteta. Serija 1, Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury*, vol. 25, pp. 187-189.
- Fuko M., 1996. *Arheologija znanija* [Knowledge archeology]. Kiev, Nika-Centr Publ. 208 p.
- Chernjavskaia V.E., 2017. Operacionalizacija konteksta v diskursivnom analize [Context operationalization in the diskursivny analysis]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaja i zarubezhnaja filologija*, vol. 9, iss. 4, pp. 83-93. DOI: 10.17072/2037-6681-2017-4-83-93.
- Lakoff G., 1991. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. *VietNam Generation Journal & Newsletter*. URL: http://www2.iath.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_1.html.
- Wodak R., 2015. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. L. : Sage. 238 p.

SOURCES

- Antonova Ts., Krongauz R. Anna Lapteva and her Friends. *Komsomolskaya Pravda*. November 26, 1941.
- Vasilyeva A. Glorious Deeds of Soviet Female Patriots. *Pravda*. October 23, 1941.
- The Faithful Daughter of Soviet People - Liza Chaikina. *Komsomolskaya Pravda*. December 30, 1941.
- Wolfson. The Daughter of Latvia. *Komsomolskaya Pravda*. April 15, 1941.
- Guards Captain Wolfson. The Daughter of Latvia. *Komsomolskaya Pravda*. April 15, 1941.
- Gune L. Chizhik and her Friends. *Komsomolskaya Pravda*. June 1, 1943.
- Girls, the Factories await you! *Komsomolskaya Pravda*. November 14, 1941.
- Girls, the Production Calls for You! *Komsomolskaya Pravda*. November 12, 1941.
- Captain Gune L. Chizhik and her Friends. *Komsomolskaya Pravda*. June 1, 1943
- Karpova N. Women at Party Work. *Pravda*. October 10, 1941.
- Kartashov A. Father and Daughter. *Komsomolskaya Pravda*. May 30, 1943.
- Korolkov Y. A Female Member of the Komsomol Named Volodya Rybinsky. *Komsomolskaya Pravda*. December 26, 1941.
- Marina Abramova. *Komsomolskaya Pravda*. November 30, 1941.
- Mishakova O. A Soviet Woman in the Great Patriotic War. *Komsomolskaya Pravda*. March 8, 1943.

In Commemoration of the Hero of the Soviet Union Marina Raskova. *Komsomolskaya Pravda*. January 9, 1943.

The Letters from Natasha Kovshova. *Komsomolskaya Pravda*. May 23, 1943.

A Soviet Woman is a Great Force. *Pravda*. October 8, 1941.

Outstanding Deeds of Weapon Producers: Antonina Tikhonova and her Friends. *Pravda*. October 24, 1941

A Teacher from Zhashkov. *Komsomolskaya Pravda*. November 18, 1941.

Fascism is the Worst Enemy of Women. Death to Fascism! *Komsomolskaya Pravda*. September 9, 1941.

Information About the Author

Valery M. Amirov, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of Periodicals and Online Medias, Ural Federal University, Lenina St, 51, 620000 Yekaterinburg, Russia, Valery.Amirov@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3371-2939>.

Информация об авторе

Валерий Михайлович Амиров, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет, ул. Ленина, 51, 620000 г. Екатеринбург, Россия, Valery.Amirov@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3371-2939>.