

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ**

**СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)
ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ**



**РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ:
ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ**

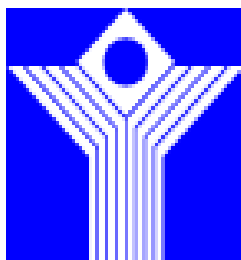
**МАТЕРИАЛЫ VIII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ
СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

г. Сургут, 2021

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
(РОССИЯ)
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)
ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ



РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ

**Материалы VIII международной научной
студенческой конференции**

**Сургут
2021**

УДК 378:001:811.161.1

ББК 74.58

P88

Редакционная коллегия:

Е.А. Журавлёва (отв. ред., Казахстан), Н.В. Ганушак, Е.И. Бреусова,
Д.В. Ларкович, Е.В. Пронина, Н.А. Красовская, Д.А. Романов (Россия),
Д.С. Ташимханова, Э.Э. Яворская, О.С. Потапчук (техн. ред., Казахстан)

P88 Русский язык в XXI веке: исследования молодых: материалы VIII международной научной студенческой конференции / Отв. ред. Е.А. Журавлёва. – Сургут: РИО БУ «Сургутский государственный педагогический университет», 2021. – 285 с.

ISBN 978-5-93190-393-4

Сборник содержит статьи участников международной научной студенческой конференции, организованной по инициативе кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Казахстан) совместно с кафедрой филологического образования и журналистики Сургутского государственного педагогического университета (Россия) и кафедрой русского языка и литературы факультета русской филологии и документоведения Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого (Россия). Выступления участников конференции посвящены актуальным проблемам современного русского языка и лингводидактики; взаимодействия языков и этнических культур; языку средств массовой информации; особенностям изучения своеобразия художественных произведений.

Публикуемые материалы могут представлять интерес для студентов, магистрантов, докторантов и преподавателей, а также всех интересующихся проблемами развития современного русского языка в условиях поликультурного сообщества.

УДК 378:001:811.161.1

ББК 74.58

ISBN 978-5-93190-393-4

© СурГПУ, 2021

© Авторы, постатейно, 2021

ОТНОШЕНИЕ К ЖЕНЩИНЕ В ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ (на материале агитационных плакатов первой половины XX века)

Макулбекова А.

aizhan.mak2000@gmail.com

Научный руководитель: д.ф.н., профессор Журавлева Е.А.

zhuravleva_ea@enu.kz

*Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева
г. Нур-Султан, Казахстан,*

Рекламная продукция, столь широко распространенная в современном мире, во многом опирается на традиционные формы агитационного плаката начала XX века. В период формирования нового государства – СССР – плакат был необходим для воздействия на широкие массы и в дальнейшем он имел большое значение как визуально-вербальное средство пропаганды и агитации. «Управление массами было возможным благодаря главным чертам политического плаката – лаконизму, условности изображения, четкости силуэта, доступности изготовления и тиражирования» [1].

Рассмотрим период зарождения плаката как одной из форм агитации и представленности в нем гендерной составляющей, а именно женщины и ее новой роли в жизни общества после Октябрьской революции 1917-го года. Советская власть предоставила женщинам больше прав: «в первой Советской Конституции, принятой в июле 1918 г., было закреплено политическое равноправие женщин» [2].

В целях проведения анализа плакатов первых десятилетий СССР, мы взяли за основу книгу советского журналиста, критика, редактора журналов и историка Вячеслава Полонского «Русский революционный плакат» [3], а для рассмотрения плакатов времен Великой отечественной войны обратились к сборнику Снопкова А.Е. «Шестьсот плакатов» [4]. На материале этих книг мы проанализировали 653 плаката, из которых выделили 70 плакатов (10,7%), посвященных женщинам и их новой роли в социальной и политической жизни общества 1920-1940-х годов. Среди них можно выделить следующие категории:

Политика и эмансипация (40 плакатов). Плакаты, обращенные к женскому населению, призывали вступать в партию, иметь активную гражданскую позицию: «*Работница свободной России! Крепче*

держи знамя коммунизма. За тобой идут женщины всего мира на борьбу с капиталом», «Лучшие работницы и крестьянки – в Ленинскую партию!», «Каждая кухарка должна научиться управлять государством», «Раскрепощенная женщина – строй социализм!» и др. Предполагалось, что привязанность к домашнему хозяйству мешает женщине участвовать в общественной жизни. Решить эту проблему должен был новый быт – перемещение домашней работы из приватной сферы в общественную: «Женщина-работница, кооперация освобождает тебя из-под власти кухни и печного горшка», «Долой кухонное рабство! Даешь новый быт», «Широкое развертывание сети яслей, детских садов, столовых и прачечных обеспечит участие женщины в социалистическом строительстве!», «Долой гнет и обывательщину домашнего быта!» и др.

Война (20 плакатов). В годы войны многие женщины сражались наравне с мужчинами, другие – трудились в тылу: «Фашизм – злейший враг женщин. Все на борьбу с фашизмом!», «Слава боевым подругам» и др. Плакаты были необходимы как средство мобилизации народа на борьбу с врагом. «Родина-мать зовёт!» – один из самых известных военных, созданный художником Ираклием Тоидзе в 1941 году. Советская Родина-мать – это женский образ, призывающий к объединению.

В тылу женщинам приходилось работать на заводах за себя и за ушедшего на фронт мужчину, и при этом заниматься хозяйством, растить детей. Поэтому большинство военных плакатов о женщинах было посвящено тыловикам: «Заменим!», «Чем крепче тыл – тем крепче фронт!», «Женщины! Изучайте производство, заменяйте рабочих, ушедших на фронт!» и др. Во многих плакатах используется рифма, как эффективный языковой способ воздействия на людей: «Товарищ женщина! Твой сын на фронте бьется, как герой. И дочь идет в дружину РоКК'а, а ты крепи наш тыл: траншеи глубже рой, иди к станку. И трактор свой веди взамен водителей, теперь ведущих танки. Вы, сестры-женщины! Вы, матери-гражданки!» и др.

Здоровье и спорт (8 плакатов). Особое внимание в женском вопросе РКП (б) уделяло материнству и младенчеству. Это проявлялось в создании нормативно-правовой базы льгот и создании особых условий женского труда [3]. Примеры плакатов, посвященных этой теме: «Дети не должны умирать! Полно в консультациях – пусто на детских кладбищах. Чем сознательнее мать, тем меньше болеют у

нее дети», «Оберегайте женщину-мать. Хозяин бережет свою жеребую лошадь и стельную корову, но не жалеет беременную жену. Крестьянин! – Освободи ее от трудной работы, не давай подымать тяжести, – это губит ее и ребенка!» и др.

Руководство страны внедряло физическую культуру и спорт в массовую культуру и общественную жизнь. На агитационных плакатах были изображения крепких и улыбающихся женщин, а надписи гласили: *«Будь физкультурницей!»* и *«Работать, строить и не ныть! / Нам к новой жизни путь указан. / Атлетом можешь ты не быть, / Но физкультурником – обязан».*

Образование (2 плаката). Как известно, до революции многие женщины были малограмотными. Для исправления этой ситуации предпринимались такие меры, как совместное обучение мальчиков и девочек, поощрение девушек и женщин к поступлению на рабочие факультеты. Это нашло отражение в следующих агитационных плакатах: *«Женщина, учись грамоте! Эх, маманя, была бы ты грамотная, помогла бы мне!»*, *«Крестьянка, рви старого сета, грамотной будь, работай в совете, сядь за книгу, не робей, неграмотность учебой бей».*

Рассмотренные материалы показали, что гендерное равенство, провозглашаемое в период строительства молодой советской страны, на первом этапе касалось четырех, весьма важных аспектов общественной жизни (политика и эмансипация; поддержка мужчин в период военных действий; здоровье, в первую очередь связанное с деторождением, и занятие спортом; образование), в которых до этого времени роль женщины была очень незначительной. С точки зрения вербальных компонентов, призывы к активизации женщин в том или ином виде деятельности в большинстве случаев осуществлялись с помощью глаголов повелительного наклонения, обращения на «ты» и сравнительных конструкций. При этом, несмотря на тенденцию уравнять мужчин и женщин в правах, выражаемую в нашем случае в рамках агитационного плаката, роль мужчины в общественной жизни 1920-40-х годов XX века занимала лидирующее положение по сравнению с ролью женщины.

Литература

1. Позднякова Н.В. Роль советских агитплакатов в современной коммуникации // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42937/1/nr_2016_67.pdf (Дата обращения: 15.01.2021)

2. Волкова Е.Ю. Что дала женщинам революция 1917 года в России // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-dala-zhenschinam-revolyuutsiya-1917-goda-v-rossii> (Дата обращения: 15.01.21)
3. Русский революционный плакат / Вячеслав Полонский. – М.: Государственное издательство, 1925 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Вячеслав Полонский. Русский революционный плакат. 1925 | портал о дизайне и архитектуре (tehne.com) (Дата обращения: 12.01.2021)
4. Снопков А.Е., Снопков П.А., Шклярук А.Ф. Шестьсот плакатов. – М.: Контакт-Культура, 2004. – 192 с.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В СОВРЕМЕННЫХ ТЕКСТАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Медведева М.

mariamba@bk.ru

Научный руководитель: к.п.н., доцент Чухачева Т.А.

tamara180882@mail.ru

Тульский государственный педагогический

университет им. Л.Н. Толстого

г. Тула, Россия

Широчайшее использование языковой игры в текстах масс-медиа стало одной из ярких примет современного информационного пространства. По выражению С.И. Сметаниной, «вирус» игры проник сегодня «в информационные и аналитические материалы телевидения и печатных СМИ». Столь же активен и научный интерес к данному явлению. Для современной российской лингвистики характерно как использование текстов СМИ (наряду с художественными и другими текстами) в качестве источника языкового материала для изучения языковой игры, так и специальное рассмотрение специфики игровых приемов в СМИ с точки зрения их структуры, функций и дискурсивно-прагматической мотивированности.

Будучи в современном своем виде явлением постмодернистской эстетики и мировоззрения, языковая игра в дискурсивном пространстве массовой коммуникации становится одним из наиболее эффективных средств информационного воздействия, что и определяет особенности ее текстовой репрезентации и функционирования в СМИ. Яркими примерами использования языковой игры служат именно названия газетных и журнальных статей, поскольку интерес читателя