

**В. В. Гончаров**

Научный руководитель – **И. Н. Афанасьев**,  
канд. филол. наук, доцент

## **ЛИТЕРАТУРА О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ**

**Аннотация.** В данной статье производится анализ значения литературы о Великой Отечественной войне в контексте коммуникативных процессов. Художественные тексты несут в себе информацию об истории, национальной психологии и традициях, поэтому наиболее крепко связаны с культурой и являются специфической формой коммуникации между автором и читателем.

**Ключевые слова:** коммуникация, художественная литература, Великая Отечественная война.

Человек – социальное существо. Массовая коммуникация является следствием потребности общества обмениваться информацией и жизненным опытом. В современном информационном пространстве утверждение Н. Лумана о том, что «человеческие отношения, да и сама общественная жизнь невозможны без коммуникации», обретает новый смысл [1, с. 43].

Для эффективной передачи и хранения знаний в социальном пространстве с течением времени вырабатывались различные средства. Технологическое развитие позволило вывести транслирование и накопление информации на принципиально новый уровень. Газеты и различные печатные средства всё больше вытесняют компьютерные технологии и интернет. Увеличивается интерес к способам успешной коммуникации. Н. Луман пишет: «В современных условиях резко возросло внимание к такому социальному феномену, как коммуникация. Коммуникация становится объектом исследования на различных уровнях и в различных концептах: социологическом, политологическом, социобиологическом, философском, психологическом, лингвистическом, культурологическом и т. д. Такое положение является вполне закономерным и объяснимым. Происходящая в современном мире глобальная трансформация индустриального общества в информационно-коммуникативное сопровождается и глубоким переосмыслением места и роли коммуникаций в развитии общества» [2, с. 16].

Важно отметить, что техническое совершенствование способов массовой коммуникации, увеличивающийся к ней интерес связан с её способностью воздействовать на массовое сознание. Вместе с тем, органы публичной передачи информации, ориентированные на манипуляции общественным сознанием, необходимо отличать от тех, которые направлены на трансформацию внутреннего, духовного мира человека.

Художественная литература может являться примером коммуникации в качестве средства актуализации человеческой мысли. Она передаёт знания и опыт, мотивирует к самовыражению, высвобождает творческую энергию, помогает понять природу человека и его место в мире. Литература о Великой Отечественной войне в данном контексте занимает неоднозначное положение.

Путь военной литературы начинался с различных оперативных малых жанров – листовок, писем, воззваний, художественно-публицистических статей, очерков, фельетонов, стихотворений, небольших газетных заметок.

В начале войны положение требовало вернейших изобразительных и жанровых средств. Жанр статьи и очерка соответствовал основной задаче по многоплановому освещению событий, поддержанию мужества и воли к победе.

Малые жанры охватывали большое количество событий, изображали массовый героизм, различные военные профессии, трудности фронтовой жизни, отдельные факты, призывали к раздумьям о судьбе народа. Эта была яркая и доходчивая форма подачи материала в военных условиях, утверждающая глубокое патриотическое понимание воинского долга, боевое братство, товарищество, любовь и верность, мечту о победе, ненависть к врагу.

Писатели призывали беспощадно относиться к фашистским захватчикам, противостояли фашистской агитации. Ярким примером является статья Алексея Толстого «Москве угрожает враг»: «Ни шагу дальше! Пусть трус и малодушный, для кого своя жизнь дороже родины, дороже сердца родины – нашей Москвы, – гибнет без славы, ему нет и не будет места на нашей земле» [3, с. 257]. В данном случае литература о Великой Отечественной войне ставит своей основной целью воздействие на индивидуальное и общественное сознание. То есть фактически выполняет функцию эффективного способа передачи социально значимой информации.

Это обуславливает необходимость исследования социальной коммуникации в её связи с различными науками, изучающими те или иные грани коммуникативной деятельности общества. «Ведь, строго говоря, любая наука как сфера человеческой деятельности есть не что иное, как определенный вид социальных коммуникаций», – пишет М. А. Василик [4, с. 5].

Художественная литература является одной из важнейших составляющих языковой коммуникации. Она позволяет не просто производить обмен информацией, но и передавать эмоции и чувства. Литература о Великой Отечественной войне наиболее широко раскрывает возможности языка в его зависимости от целей, эпохи и всего, что окружает человека в данный момент.

С течением времени малые жанровые формы начали заменять те, которые дали писателям возможность более обстоятельно и глубоко

оценить сложившуюся ситуацию в Великой Отечественной войне. Литературовед Э. А. Шубин отмечает: «Расцвет жанра рассказа всегда был связан с периодами глубоких духовных сдвигов в общественном сознании, с периодами идейных метаний и мучительных поисков ответа на острейшие социальные вопросы – политические, правовые, нравственные, философские и религиозные» [5, с. 39].

Таким образом, для писателей стал более важным когнитивный аспект коммуникативных возможностей литературы о Великой Отечественной войне, где художественное произведение – это ядро творческой энергии автора, которое в совокупности с читательской интуицией, впечатлениями и есть сложная форма межличностного общения. Как отмечает исследователь Т. А. Бобкова, «литература – это своеобразный диалог, который между собой ведут автор и его потенциальный читатель» [6, с. 471].

Одним из этапов в развитии литературы о Великой Отечественной войне стал период повышенного интереса к художественно-документальной литературе, к свидетельствам тех, кто принимал непосредственное участие в военных действиях. Достоверная информация о боевых событиях, облечённая в эпическую ткань художественного произведения, стала восприниматься как летопись и хроника народной жизни.

В военной литературе, обогащённой документальностью, писатели в большей степени рассчитывали на читателя, который сам выполнит всю мыслительную и аналитическую работу. Данному явлению находит объяснение А. М. Адамович: «Не поучающее слово, а убежденное слово действительно знающего человека ценится думающим читателем» [7, с. 7].

Крупные жанровые формы литературы о Великой Отечественной войне в аспекте проблем коммуникации затрагивают фундаментальные вопросы бытия человека и общества, взаимопонимания и солидарности. В данном случае художественные произведения несут в себе ментальный пласт сознания и детально передают особенности национальной культуры, что и является неотъемлемой частью успешной коммуникации.

Таким образом, литература о Великой Отечественной войне выполняет целый ряд функций, обеспечивающих эффективную коммуникацию: информационную, коммуникативную, убеждающую, побуждающую, идеологическую, воспитательную и т. д. Она формирует чёткие мировоззренческие установки и сохраняет культурную идентичность.

#### **Список использованных источников**

1. Луман, Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии / Н. Луман. – СПб. : СПбГУ, 2000. – 433 с.
2. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман / пер. с англ. Е. Руткевич. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.

3. Толстой, А. Публицистика / А. Толстой. – М. : Сов. Россия, 1975. – 368 с.
4. Василик, М. А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М. А. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации : сборник научных трудов. – СПб. : СПбГПУ, 2004. – С. 4–11.
5. Шубин, Э. Жанр рассказа в литературном процессе / Э. А. Шубин // Русская литература. – 1965. – № 3. – С. 39.
6. Бобкова, Т. А. Художественное произведение в контексте межкультурной коммуникации / Т. А. Бобкова // Вестник Башкирского университета. – 2009. – Т. 14. – № 2. – С. 471–475.
7. Адамович, А. О современной военной прозе / Алесь Адамович. – М.: Советский писатель, 1981. – 440 с.

**Abstract.** This article analyzes the significance of literature about the Great War in the context of communicative processes. Literary texts carry information about history, national psychology and traditions, therefore they are most strongly connected with culture and they are a specific form of communication between the author and the reader.

**Keywords:** communication, fiction, the Great Patriotic War.

УДК 811.161.1.35

**Е. Э. Грехова**

Научный руководитель – **Т. Е. Никольская**,  
канд. филол. наук, доцент

## **НОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОСТАНОВКИ ПУНКТУАЦИОННЫХ ЗНАКОВ КОНЦА ПРЕДЛОЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования особенностей постановки точки и знака вопроса в персональном интернет-дискурсе на базе социальных сетей и мессенджеров, а также результаты опроса российских и зарубежных участников личного интернет-общения и двух психолингвистических экспериментов. Выяснилось, что у многих коммуникантов точка ассоциируется с определенными эмоциями и чувствами. Знак вопроса для некоторых интернет-пользователей является необязательным и вариативным.

**Ключевые слова:** интернет-дискурс, персональный интернет-дискурс, точка, вопросительный знак, пунктуация при интернет-общении, пунктуация в социальных сетях и мессенджерах, вопросительное предложение, повествовательное предложение.

Наблюдения над особенностями пунктуации в сфере персонального интернет-дискурса [1, с. 28; 2] показали, что использование в нём точки и вопросительного знака отклоняется от нормативного.