ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ HISTORY OF JOURNALISM

УДК 070.19

DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(1).63-77

Ершов Юрий Михайлович

Доктор филологических наук, профессор

Кафедра журналистики, филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в г. Севастополе, г. Севастополь, Российская Федерация, e-mail: er4ov@sev.msu.ru

Yuri M. Ershov

Doct. habil. of Philology, Professor

Department of Journalism, Branch of Lomonosov Moscow State University in Sevastopol, Sevastopol, Russian Federation, e-mail: er4ov@sev.msu.ru

Черепанова Татьяна Владимировна

Кандидат социологических наук, доцент

Кафедра социальных коммуникаций, Институт общественных наук и международных отношений, Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Российская Федерация, e-mail: cherepan71@rambler.ru

Tatiana V. Cherepanova

PhD in Sociological Sciences, Associate Professor

Department of Social Communications, Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University, Sevastopol, Russian Federation, e-mail: cherepan71@rambler.ru

Военно-публицистический дискурс газет в период обороны Севастополя 1941–1942 годов

Аннотация. Статья посвящена контент-аналитическому исследованию журналистских текстов об обороне Севастополя и изучению самого дискурса войны. Актуальность исследовательской темы обусловлена малоизученностью газетного дискурса начала войны, когда советская пресса искала верный тон в разговоре с читателем, переживающим потерю близких и поражения в сражениях 1941–1942 гг. Проблема заключается в том, что местные газеты военного времени не собирались в подшивки и сохранились в единичных экземплярах. Новизна нашего исследовательского проекта обусловлена введением в научный оборот данных о характере газеты «Красный черноморец», корреспонденты которой находились в боевых порядках защитников Севастополя до последнего дня обороны. В исследовании нас интересовали характеристики особого духовного настроя и идеологических установок, выраженных в медиатекстах, а также механизмы мобилизации всего общества через газетные публикации и средства создания героики в описании поведения бойцов и тружеников тыла. Основным методом изучения массива данных стал контент-анализ газетных публикаций, проведенный нами по фотокопиям сохранившихся

в архивах редких изданий. Задачей контент-анализа было выявление из публикуемых материалов статей, описывающих подвиг или героические поступки воинов и гражданских жителей Севастополя. Мы выявили также различия в наборе выразительных средств журналистов местных редакций («Красный черноморец») и корреспондентов общенациональных СМИ («Правда», «Известия», «Красная звезда»), изучив несколько сотен текстов, опубликованных за 9 месяцев начального и самого трудного периода войны. Один из выводов нашего исследования заключается в том, что социальный институт периодической печати обладает механизмами тонкой самонастройки, которая позволяет журналистам в кризисные моменты перепрограммировать функции, производя героику и консолидацию всех общественных сил.

Ключевые слова. Пресса, газеты, контент-анализ, героика, дискурс.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-412-920001.

Информация о статье. Дата поступления 7 января 2021 г.; дата принятия к печати 12 февраля 2021 г.; дата онлайн-размещения 24 марта 2021 г.

Military Media Discourse of Newspapers during Siege of Sevastopol in 1941–1942

Abstract. The article presents the results of a research into military discourse via media texts about the Siege of Sevastopol. The topicality is determined by the insufficiency of studies of newspaper discourse of that period due to scarcity of available original materials. The novelty of the research is explained by introduction of new academic data about the characteristics of «The Krasnyi Chernomoretz» paper, whose reporters worked at the battle-lines of Sevastopol offensive till the end of the siege. The characteristics in the focus of the authors' interest are the spirit and the ideological implications of the media texts, as well as methods of all-out mobilization via the newspapers, and stylistic means of heroics in descriptions of the fighters' and homefront workers' behavior. The key method of study is a content analysis of the available original newspaper publications photocopied in the archive of rare editions. The aim was to select articles describing feats or heroic achievements of the military men and citizens of Sevastopol. Having studied hundreds of texts, the authors have also found differences in the set of expressive means used by journalists and reporters of the local newspapers and other media. One of the inferences suggests that periodical press as a social institute features a mechanism of mild self-regulation that enables journalists, in the time of a crisis, to reprogram their functions in order to produce heroics and encourage public consolidation.

Keywords. The press, newspapers, content analysis, heroics, discourse.

Funding. The research was financed by the RFFS within the frames of the scientific project № 20-412-920001.

Article info. Received January 7, 2021; accepted February 12, 2021; available online March 24, 2021.

Введение

Газеты военных лет интересны для исследователя и как источник формирования исторической памя-

ти о героическом прошлом, и как носители военно-публицистического дискурса, ответственного за мобилизацию общественного сознания в

переходе от мира к экстремальным условиям боевой обстановки. С началом Великой отечественной войны в Крыму продолжали работу местные газеты, которые призваны были обеспечить население полуострова и воинов Красной армии актуальной информацией вплоть до последнего дня обороны Севастополя. Выходили газеты боевых кораблей и авиачастей, распространялись и центральные издания, среди которых «Известия», «Красная звезда», «Правда».

Для жителей города, подвергшегося массированным бомбардировкам и постоянным штурмам с суши и с моря на протяжении девяти месяцев и имевшим ограниченный доступ к информации с Большой земли, местная пресса предоставляла жизненно важную информацию о происходящем. Конечно, распространялись газеты, доставленные из Москвы и дающие масштабный обзор действий на всех фронтах войны. Но именно местная газета, корреспонденты которой находятся здесь же, в рядах защитников Севастополя, вызывает большее доверие, герои их сюжетов близки читателям как непосредственные участники событий. Одной из главных задач прессы воюющего города было формирование в обществе психологической установки на борьбу и на победу [1, с. 82].

В начальный период войны из соображений секретности под титулом газеты размещали предупреждение «После прочтения уничтожить». Эту предупреждающую надпись можно увидеть, например, в ежедневной красноармейской газете «На разгром врага»¹. Видимо, армейское ко-

мандование опасалось, что анализ даже открытой газетной информации может дать некоторые важные сведения противнику. Либо в первые месяцы войны по инерции действовали нормы секретности, принятые с 1930-х гг., по которым военные издания нельзя было выносить из части. Поэтому множество корпусных и дивизионных газет начала войны не сохранилось для потомков.

Только в январе 1942 г. вышел приказ, отменявший уничтожение прочитанных экземпляров газеты. Отныне вместо предписания сжечь под титулом газеты размещали «Прочти и передай товарищу». Выпуски газет не собирались в подшивки, и некоторые экземпляры чудом уцелели (частично в государственных, частично — в личных архивах). Редакционный архив «Маяка коммуны» утрачен, поскольку не был вывезен из захваченного гитлеровцами Севастополя. Собирая по крупицам экземпляры газет военного времени, мы хотели узнать, каков был тон местной прессы, как именно журналисты сообщали об обороне Севастополя. Помимо введения в научный оборот данных о характере публикаций нас интересовали средства и способы создания воинской героики, поскольку в этих изданиях впервые написали о подвигах, прославивших и Севастополь, и его защитников.

Содержание газет как объект дискурсивных и контент-аналитических исследований

Газетный контент и военно-публицистический дискурс сороковых годов XX в. недостаточно изучен не только по причине неполной сохранности комплектов изданий, но и по несовершенству исследовательско-

¹ На разгром врага. 1941. 2 дек. № 161. URL: <https://www.litfund.ru/auction/114/339/>.

го инструментария. Теоретико-методологические основы изучения дискурса войны пока не сформированы. Исследовательские подходы обоснованы в ряде публикаций американского когнитивного лингвиста Джорджа Лакоффа [2, р. 26]. В отечественных исследованиях военного, военно-политического и военно-публицистического дискурса получили известность публикации лингвистов и политологов Н.А. Ищенко, А.В. Олянич, В.Д. Бачурина и др. [3–8]. Мы не встретили в современных лингвистических исследованиях определение военно-публицистического дискурса и толкование его структуры, четкие различия между военно-политическим и военно-публицистическим дискурсом. Большинство исследователей трактуют это понятие широко, включая в военный дискурс не только подъязык военных о войне и политиков о войне, но и язык СМИ, освещающих военные действия, а также военную публицистику, документалистику, мемуаристику, военно-художественную литературу.

В силу напряжения и консолидации всех общественных сил в стране, вступившей в войну, военный дискурс закономерно приобретает интегративный характер, вбирая в себя разные форматы представления языка. Однако при всем синкретизме военного дискурса можно отстроить его от других лингвистических понятий и определить как дискурс о войне, создаваемый корреспондентами и теми, кто предоставляет журналистам информацию (военные, политическое руководство и местная администрация). Задачей военно-публицистического дискурса является направленное воздействие на целевые аудиторные группы: мобилизовать

гражданских, воодушевить бойцов и деморализовать противника. Эти задачи определяют и выбор коммуникативных стратегий, с помощью которых газеты конструируют смысл происходящего и объясняют общественные процессы, проводят презентацию героев и дискредитацию врагов. Экстраполируя известное определение дискурса власти Теуна ван Дейка [9], военно-публицистический дискурс представляет собой механизм трансформации макросоциального феномена военных конфликтов в микросоциальный с помощью точечного информационного воздействия, формирующего в сознании читателя заданные ценностные конструкты. Говоря обыденным языком, через публицистический дискурс война осознается нами как часть нашей жизни, даже если мы не участвуем в боевых действиях.

Показателем исследовательского интереса к проблематике дискурса о войне служит количество диссертаций, которые защищены в последние годы по истории русского военного дискурса [10], дискурсу вооруженных сил Франции [11], специфике терминологии в военном дискурсе [12], военной метафоре в современном русском и иноязычном дискурсе [13]. Заметим, что за рубежом в последнее десятилетие вышло в свет множество изданий, посвященных дискурсу войны. Международное научное книжное издательство *Palgrave Macmillan* с 2012 по 2020-е гг. выпустило серию из 15 монографий о языке войны, среди которых, например, «Языки Первой мировой войны: репрезентации и память» [14]. Американский лингвист из университета Колорадо Адам Ходжес (*Adam Hodges*) опу-

бликовал ряд монографий о военном дискурсе, в которых выступил и как автор, и как редактор [15–17].

Если лингвисты в своем дискурс-анализе выявляют ценностные ориентации, концепты и стратегии воздействия на аудиторию, социологи и политологи изучают посредством контент-анализа массивы медиатекстов и частотность тех или иных признаков в масс-медиа, на основании которых можно судить о позиции и политике СМИ. Контент-анализ как исследовательский метод в начале XX в. и начали использовать при изучении журналистских и особенно пропагандистских материалов. В сфере политических исследований начало применению методики контент-анализа положил американский ученый Гарольд Лассуэл, который занялся анализом пропагандистских материалов периода Первой мировой войны [18]. Он поставил задачей выяснить, какими поведенческими моделями манипулируют СМИ воюющих стран, и какие цели ставят они себе в военное время.

В итоге глубинные цели пропаганды воюющих стран предстают так: возбудить ненависть к врагу, деморализовать противника, укреплять дружественные отношения с союзниками и нейтральными странами. Г. Лассуэл обосновал и главные принципы контент-анализа: определенным образом анатомировать сплошной массив медиатекстов — так, чтобы мельчайшая структурная единица несла в себе свойства целого — и обнаружить ее тенденции, основываясь на преобладании тех или иных утверждений. Другой «отец» контент-анализа, Бернард Берельсон, определил эту методологию как «исследовательскую тех-

нику для объективного, систематического и количественного описания явного (*the manifest*) содержания коммуникации» войны [19, р. 8].

В отечественной социологии теоретическое обоснование контент-анализа как метода количественного изучения массива медиатекстов было сделано еще в 1980-е гг. И.Д. Фомичевой [20] и расширено ее коллегой по факультету журналистики МГУ Л.Н. Федотовой [21]. А в виде учебного пособия для студентов-социологов и тех, кто специализируется на изучении средств массовой информации, обоснование методики было выпущено А.В. Семеновой и М.В. Корсунской в 2010 г. под редакцией В.А. Мансурова, крупнейшего специалиста в области социологической методологии и президента Российского общества социологов [22].

В последние десятилетия контент-анализ приобрел новую популярность благодаря технологическим достижениям и применению компьютерных программ обработки данных в исследованиях массовых и личных коммуникаций. Популярным стал контент-анализ больших текстовых данных, создаваемых новыми медиа, особенно социальными сетями и мессенджерами. Эти машинные подходы порой критикуют за упрощенный взгляд на язык, игнорирующий сложность семиозиса как процесса формирования смыслов. Контент-аналитики количественных методов (*quantitative analysis*) подвергались критике за ограничение объема работы простым подсчетом и за применение методологий измерения естественных наук без критического осмысления их соответствия социальным наукам. Контент-аналитиков качественных мето-

дов (*qualitative analysis*) критиковали за недостаточную систематичность и слишком вольный, едва ли не импрессионистский подход. Автор учебников и признанный эксперт современного контент-анализа Клаус Криппендорф утверждает, что количественный и качественный подходы к контент-анализу имеют тенденцию пересекаться, и что не может быть вывода о том, какой из подходов лучше [23, р. 16]. Контент-анализ также можно представить как изучение следов, которые представляют собой документы прошлых времен. Изучая газеты военного времени, мы как раз и обратились к контент-аналитическому методу в этом его статусе трекинга документальных свидетельств.

Методология исследования

Авторами было решено провести сравнительный анализ содержания центральных и местных газет начала войны. Целью было выявление военно-публицистического дискурса и средств создания героики в публикациях газеты «Красный черноморец» как одного из основных местных изданий тех лет, доступных читателям на территории Севасто-

поля. Для сопоставления был проведен контент-анализ публикаций за тот же временной отрезок газет «Известия», «Красная звезда» и «Правда», доставляемых в Крым из столицы. Охвачен временной интервал с октября 1941 по июнь 1942 г., соответствующий периоду обороны Севастополя, начиная с первого фашистского штурма и до прекращения активного сопротивления.

Исследование проводилось с шагом два выпуска в месяц, а в выборке оказались выпуски начала и середины каждого из девяти месяцев обороны. Всего в поле исследования попало 72 номера. Задачей исследования было вычленение из публикуемых материалов статей, описывающих подвиг или героические поступки воинов и гражданских жителей Севастополя. Критерием отбора стало наличие в тексте публикации имен персонажей, которые позволяют персонифицировать образ героя. Всего искомые критерии были выявлены в 240 публикациях, в которые попали как информационные заметки, так и редакционные статьи объемом от половины до целой полосы (см. табл. 1).

Таблица 1

Распределение отобранных для контент-анализа публикаций по изданиям и датам

Газета	Осень 4 номера	Зима 6 номеров	Весна 6 номеров	Лето 2 номера	Всего материалов о героических поступках
«Красный черноморец»	24	48	40	13	125
«Правда»	3	5	7	5	20
«Известия»	12	7	9	3	31
«Красная звезда»	13	20	24	7	64
<i>Всего</i>	52	80	80	28	240

Основные результаты анализа содержания

В газете «Красный Черноморец» в нашу выборку попало всего 125 статей. Публикации о героике занимают около 25–30 % каждого выпуска. Не обнаружено ни одного выпуска, в которых не было описания подвигов защитников города. Такие материалы имели в заголовке упоминание о выдающемся самоотверженном поступке группы бойцов или индивидуальном акте мужества, который позволил кодировщикам контент-анализа интерпретировать данную статью в контексте героического дискурса.

Номера «Красного Черноморца» структурно неодинаковы, каждый выпуск имеет свои особенности верстки и макетирования. Материалы о героях могут располагаться как на первой, так и на последней странице. Однако замечено, что большая часть статей о героях размещалась на развороте газеты (2–3-я страницы).

Динамика количества публикаций о героических поступках в начале, в середине и в конце обороны города не слишком существенна. Количество материалов, содержащих искомый критерий, примерно одинаково на протяжении всего периода обороны с небольшим увеличением количества зимой 1941–1942 гг. Однако, в сравнении с активным периодом обороны, который укладывается в период осени-весны, ближе к лету 1942 г. бедственное положение дел на фронте отразилось на тематике публикаций. Заголовки стали более экспрессивны, эмоциональны, стали носить более лозунговый и призывный характер.

Статьи, идентифицированные в контексте героического дискурса,

описывают коллективный или индивидуальный героический поступок, совершенный в условиях боевых столкновений. Помимо сражений описана боевая подготовка или устройство оборонительных укреплений, что требовало значительных усилий, а в ряде случаев и жертвенности. В заголовках, равно как и в тексте публикации, не всегда указываются фамилии бойцов, командиров и политруков, совершивших акт самопожертвования. Чаше журналисты указывают воинское звание героя статьи, не указывая, что понятно, номер части, в которой служит герой. Когда в статьях указывается имя военного, не исключены фактические неточности, что в боевых условиях вполне объяснимо. Отсутствие имени героя в публикациях, безусловно, усложняет идентификацию героев с позиций сегодняшнего дня, однако в условиях фронта такой подход имел смысл не только для дезориентации врага, но и для унификации героического образа в общественном сознании.

Анализ заголовков выявил некоторые особенности журналистской работы с заголовками публикаций. Как правило, названия указывают на сущность военного события или дают оценку поступкам героев. Заголовки публикаций содержат такие основные лексемы, как «герой», «героический», «отвага», «слава», «подвиг», «спасение», «доблесть», «долг», «мужество». Причем эпитет «героический» и «герой» встречается в заголовках каждой десятой публикации. Авторы неслучайно используют данный эпитет в заголовках. Этот прием может быть рассмотрен в контексте фреймирования,

подготовки читателя к осмыслению медиатекста в рамках героического дискурса. Вынос сути действия в название отсылает читателя к устойчивым архетипам героического мифа, укорененных в бессознательном народа, неоднократно переживающего в своей истории ожесточенные оборонительные войны. Герои публикаций идентифицируются с прошлыми событиями победоносных сражений, формируя в общественном сознании надежду на то, что победа обязательно придет, хотя цена ее может быть велика.

В заглавиях звучат призывы к борьбе, храбрости, стойкости, указания на пример героя статьи. В названиях публикаций, в основном, присутствуют **призывы** («будем равняться», «будем сражаться», «будем бить»), **побудительные посылы** («выстоим», «выполним долг», «учиться защищать»), **восклицания** («крепче бейте!» «слава!» «герои!».) **одобрение** («метко», «в цель», «умение и смелость»), **лозунги и заклички** («гвардейцы впереди», «во имя победы!»). Заголовки статей героического дискурса можно рассматривать и как некую самоценность, поскольку они содержат в свернутом виде основной смысл журналистского произведения — побуждают к борьбе и самоотверженности. Призывный, побудительный и действенный характер многих заголовков можно увидеть в табл. 2, где мы собрали заглавия публикаций «Красного черноморца», попавших в нашу выборку.

Можно заметить, что некоторая часть заголовков содержит сообщения о конкретном действии или событии. Иногда в качестве информационного повода статьи становился

рядовой сюжет, связанный не с боевым героизмом, а скорее с рутинными оборонительными операциями (строительство сооружений, укрепление бастионов и т.д.). Однако и в обыденных событиях журналисты видят проявление героического духа, отвагу, самоотверженность севастопольцев. Такой прием позволяет придать описанным в медиатекстах событиям высокую значимость и символическую ценность.

Несмотря на некоторую возвышенность и наличие пафоса в заголовках о героях, тексты не вызывают отторжения или недоверия. Напротив, читатель погружается в реальные события, которые становятся частью повседневности на войне. Приблизить читателя к описываемым событиям, более точно сконструировать образ героя как участника событий позволяет описание местности, локации. Авторы статьи характеризуют жизнь знакомых, возможно соседей, (ведь севастопольцы наряду с бойцами действующей армии и флота активно участвовали в подготовке к обороне, защищали свой город, испытывая в полной мере все тяготы осадного времени). И это тоже работает на достоверность журналистских текстов и доверие к ним со стороны читателя.

В ряде случаев публикации снабжены фотографиями или иллюстрациями в виде рисунка. Журналисты используют все эти выразительные средства иконического сообщения для усиления вербального воздействия на аудиторию и для передачи более полного смысла действий бойцов и всего контекста военной обстановки.

Рассмотрим подробнее одну из характерных для героического дис-

Таблица 2

Заголовки севастопольских газет 1941–1942 гг.

Осень	Зима	Весна	Лето
Отвага и выносливость!	Слава отважному защитнику герою В. Симонок!	Новые победы черноморских летчиков	Родной черноморский флот
Эсминец под бомбами	Слава героям — доблестным защитникам Севастополя!	Целеустремленность	Смотри, как сражаются моряки!
Сигнальщик, рулевой, пулеметчик	Боец спас командира	Отважный корректировщик	Непобедимые!
Пулеметчик Бухрикидзе	Героические девушки	Наш комиссар	Хроники героической обороны
Как сержант Давыдов немецкого пулеметчика ловил	Верная дочь великой родины	Как мы блокировали вражеский дзот	Не сломить мужества города-героя!
Политрук Дмитриев истребил двадцать фашистов	Доблесть и мужество!	Умело использовать карманную артиллерию	Героическим защитникам Севастополя
Клещи фашистов не удались	Бесстрашный разведчик	Истребили до взвода фашистов	Маруся Байда
	Коммунист у пулемета	Первомайская ночь на позиции	Гордость народа
	Прямой наводкой по врагу!	Умение и смелость	Будем сражаться как герои
	Перед ними отступили немецкие танки	У кого крепче нервы?	Севастополю не быть покоренным!
	Истребитель мин Борис Лишневский	Сбито еще пять воздушных пиратов.	Так выполняют долг!
		На новые подвиги!	Четыре друга вернулись в строй
		Отвага бойцов	Школьники отстаивают родной город
		Мастер своего дела	Боевые дела крымских партизан
		Гвардейцы впереди	Смерть героя
		Во имя победы!	Героический подвиг
		Первые помощники командира	женщины-партизанки
		В десантной операции	Два подвига
		Коммунисты передовые бойцы	Победа в неравном воздушном бою
		Красноармеец тов. Васильев за два дня уничтожил пятерых фашистов	Молодежь Севастополя не дрогнет!
		Краснофлотец Тахтай стал снайпером	
		Отличные боевые итоги	
		Только в цель!	

курса публикаций в газете «Красный Черноморец» за 18 июня 1942 г. Уже почти месяц 7 пехотных дивизий 11-й немецкой армии ведут наступление на Севастополь, и в этот день они выходят к северной бухте города и к подножию Сапун-горы. На второй странице газеты размещена публикация за подписью Вл. Апошанского под названием «Всё ярче пламя славы». «Сегодня Севастополь как никогда походит на город времен 1854–1855 гг., — так начинает автор свое повествование. «Таким боевым мы уже видели его, с гордостью любовались им, городом-героем, запечатленным на бессмертных полотнищах Рубо, украшающих Панораму. Восьмой месяц идет осада. Восьмой месяц пытаются гитлеровские головорезы прорваться к городу... Отец первой Севастопольской обороны, Корнилов, глядя на пожары, бушующие в городе, порученном его защите, произнес: «Москва горела, но Русь от этого не погибла». Мудрый смысл этих слов живет и сейчас. Второй раз горит Севастополь... Но пожары тушатся, военные производства работают, обеспечивая фронт боеприпасами и оружием. Железная стена мужества защитников Севастополя, отражающих третий штурм города, по-прежнему непоколебима».

Хотя вражеское кольцо вокруг осажденного города сжимается, автор статьи ни в одном предложении не позволил себе уныния или сомнений в исходе войны. Он черпает поддержку в героической истории Севастополя и самым прямым образом сравнивает подвиг Нахимова, Корнилова и Истомина с героизмом нынешних защитников русской земли. Отсылка к историческому опыту

прошлого столетия исподволь готовит читателей к возможному, пусть драматическому, но не катастрофическому событию. Как и в 1855 г., в 1942 г. Севастополь будет с огромными потерями сдан вражеским армиям, но Россия от этого не погибнет. Проигранное сражение — это не проигранная война. После таких поражений армия становится только более яростной и более умелой в боях.

Сравнивая военно-публицистический дискурс местных газет с коммуникативными событиями в центральной прессе, можно заметить существенную разницу на всех уровнях языка. Количество публикаций, содержащих сообщения о героических поступках и личностях героев, в «Известиях», «Правде» и «Красной звезде» намного меньше, чем в местной севастопольской прессе. В основном центральные газеты освещают общее положение дел на фронтах, международные события в официальном изложении, приближенном к дипломатическому языку. Не в каждом номере центральной газеты есть публикация, посвященная героическому поступку, а вместо описания конкретики здесь больше общих сводок.

Материалы центральных газет не персонализированы, имена героев упоминаются реже, в ряде текстов, впрочем, есть указание на звание или партийный статус (политрук, комиссар, комсорг, замполит). Структура выпусков неизменна: рубрики в центральных изданиях имеют постоянное расположение и строение. Первая полоса содержит сообщения Совинформбюро (информационное ведомство в СССР, образованное при Совете Народных Комиссаров 24 июня 1941 г. и в политико-идео-

логическом отношении подчиненное непосредственно высшему органу власти в стране — ЦК ВКП). Последняя страница посвящена в основном освещению международной политики. Материалы о воинской героике в центральных газетах «Звезда», «Известия», «Правда» располагаются чаще всего на развороте, где читателю привычно находить публицистические тексты для неспешного чтения, очерки и портретные зарисовки.

Можно заметить и разницу стилей заголовков авторских текстов и заметок без авторства. Экспрессивной лексики в заголовках центральных газет несколько меньше, чем в севастопольских газетах. Номинативных заглавий больше, чем предикативных заголовков. Так и в основном теле журналистских текстов тон разговора с читателем более спокойный или даже обыденный. Отчасти это связано, как нам представляется, со значительной долей описаний жизни в тылу или материалов о международной политике, где эмоциональный перехлест был бы неуместен. Вместе с тем морфология и синтаксис заголовков центральных газет принципиально не отличается от конструирования заглавий в местной прессе Севастополя, о чем свидетельствуют и собранные нами в табл. 3 заголовки центральных газет в материалах о воинской героике.

Обсуждение и выводы

Местная газета, корреспонденты которой находятся в одних условиях с бойцами, вызывает больше доверия и имеет существенное значение для мобилизации и сплочения горожан. В условиях непреходящей смертельной угрозы печатное слово вселяет надежду на победу, способствует

формированию чувства единения со всей сражающейся страной. Несмотря на ежедневные массированные бомбардировки, газеты формировали уверенность во временности страданий и в победном окончании войны. Регулярный выход в свет газеты вносил в непредсказуемую обстановку во время войны некий элемент постоянства и напоминал о мирном течении жизни.

Важную роль в укреплении духа обороняющихся играют героические образы и сюжеты публикаций. Описание подвига служит действенным приемом стимулирования духовных сил, когда герой претерпевает нечеловеческие страдания, но выходит из борьбы победителем. В текстах газет можно увидеть логику развития мифологического сюжета, где герой получает силы выстоять в награду за самопожертвование. Такой пример должен дать моральную компенсацию читателю за пережитую фрустрацию и чувство ужаса, придавать энергии для сопротивления.

Особое значение придается заголовкам публикаций, поскольку, как и фотоиллюстрация, заглавие является первым элементом коммуникации с читателем, и оно призвано в сжатом виде передать смысл сообщения. Мы увидели, что экспрессивность заголовка зависит не только от жанра публикации (более номинативные в заметках, и более предикативные в очерках), но и от близости к месту действия. В центральных изданиях экспрессии меньше, чем в местных газетах, особенно в критические периоды обороны, когда силы бойцов были уже на исходе. Но даже и в дни отступления в заголовках нет пораженческих настроений или какого-то уныния. Настрой авторов по заголов-

Таблица 3

Заголовки центральных газет

Осень	Зима	Весна	Лето
Горняки защищают свой Донбасс	Подвиг героя Мамедова	Двенадцать боевых часов	250 дней героической обороны Севастополя
Бои на Волоколамском направлении	Красноармейцу Фомину присвоено звание	Засада красноармейцев в немецком танке	Борьба крымских партизан
Не допустить врага к столице!	Завещание Степана Волкова	Три тарана в одном бою	Защитники Севастополя отражают вражеские атаки
Стремительный фланговый удар	Меткий огонь капитана Чапаева	Семь против двадцати пяти	Три воздушных боя лейтенанта Шишко
Мощные удары с воздуха	Так мы защищаем Севастополь!	Замечательная победа сталинских соколов!	Находчивые связисты
Ни шагу назад!	Стремительный удар!	Штурм Севастополя	Письма из партизанского края
Крейсер защищает Одессу	Мастерство и выносливость	Артиллеристы-гвардейцы	
Меткий огонь!	Прямой наводкой!	Военно-медицинские работники на боевом посту	
Прямой наводкой!	Сражение у станции	Штыковой бой	
Натиск!	Легендарный ефрейтор	Поле боя	
Глубокая разведка	По заснеженным дорогам войны	Сокрушительные удары!	
В ночном бомбардировочном полете		Разгром фашистских диверсионных групп	
		Рассказы партизан	
		Бить врага до полного уничтожения	
		У защитников Севастополя	

кам их текстов можно назвать деловым и сдержанно оптимистичным. И личностное отношение корреспондентов к событиям без труда прочитывается читателем.

В местных газетах важна и топонимия журналистских описаний. Место-

положение, как и дата сообщения, — это атрибут новости и исходная точка для читателя, способного благодаря журналисту представить действие, которое разворачивается здесь и сейчас или где-то когда-то. Локализованный материал заведомо интересен читате-

лю и гарантированно будет прочитан аудиторией, потому что им все там знакомо. Близость к этой местности и личное знакомство со многими героями публикаций позволяет обрести идентичность, против которой – клишированные заголовки, обезличенные персонажи и безместность (необозначенная в тексте локальность).

Пропагандистский заряд газетного сообщения срабатывает не потому, что автор специально думал о воздействии на целевую аудиторию и заложил в текст лозунги и призывы, но как побочный эффект от описания повседневной жизни и обычных поступков людей в необычных условиях фронта. Можно сказать, что журналист на войне воодушевляет читателей силою примера и все, что ему нужно, — это дать пример самоотверженности и героизма. Для того чтобы найти эти примеры и представить их читателю достоверно, корре-

спондент должен не просто побывать на поле боя, но и прожить с солдатами в окопах и блиндажах эту войну.

Героический дискурс в севастопольских газетах периода 1941–1942 гг. возникает как профессиональный отклик журналистов на кризисную ситуацию осады Севастополя. Пресса всегда выполняет множество задач, но во времена кризисные многообразие задач СМИ сужается до одной – организационно-мобилизующей. Социальный институт периодической печати обладает механизмами тонкой самонастройки, которая позволяет журналистам в определенные моменты истории перепрограммировать функции, производя героику и консолидацию всех общественных сил. Военно-публицистический дискурс во многом сформировал тот героический дух, который сделал Севастополь городом-героем и символом стойкости.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ершов Ю.М. Патриотический дискурс в молодежной среде: поиск оптимальной модели коммуникации / Ю.М. Ершов, К.В. Маркелов, Т.В. Черепанова // МедиаАльманах. — 2020. — № 5. — С. 74–82.
2. Lakoff G. Metaphor and war: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf / G. Lakoff // Peace Research. — 1991. — No. 23. — P. 25–32.
3. Ищенко Н.А. Военный дискурс и дискурсивное измерение войны / Н.А. Ищенко // Культура народов Причерноморья. — 2007. — № 116. — С. 22–24.
4. Олянич А.В. Милитарный (военный) дискурс / А.В. Олянич // Дискурс-Пи. — 2015. — № 2 (19). — С. 165–167.
5. Бачурин В.Д. Манипулятивные технологии, применяемые СМИ в современном военно-политическом дискурсе / В.Д. Бачурин // Политическая лингвистика. — 2014. — № 4 (50). — С. 99–104.
6. Солопова О.А. Битва прошлого, битва за прошлое: «Курская Дуга» в военно-публицистическом дискурсе союзников / О.А. Солопова, М.С. Салтыкова // Взаимодействие языков и культур : материалы Междунар. науч. конф. — Челябинск, 2018. — С. 135–139.
7. Юсупова Т.С. Структурные особенности военного дискурса / Т.С. Юсупова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. — 2009. — Т. 11, № 4-4. — С. 1055–1058.
8. Амиров В.М. Политическая проблематика в журналистском дискурсе современных вооруженных конфликтов / В.М. Амиров // Политическая лингвистика. — 2012. — № 4 (42). — С. 65–70.
9. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т.А. ван Дейк ; пер. с англ. — Москва : Либроком, 2013. — 344 с.

10. Уланов А.В. Русский военный дискурс XIX - начала XX века: структура, специфика, эволюция : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / А.В. Уланов. — Омск, 2014. — 494 с.
11. Сдобнова Ю.Н. Лингвистическое отображение современных социальных тенденций в институциональном дискурсе вооруженных сил Франции : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.05 / Ю.Н. Сдобнова. — Москва, 2014. — 218 с.
12. Дуброва Ю.Ю. Структурно-содержательная специфика многокомпонентных терминов в военном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Ю.Ю. Дуброва. — Москва, 2015. — 24 с.
13. Магомадова Т.Д. Военная метафора в современном английском, немецком и русском медиадискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Т.Д. Магомадова. — Волгоград, 2015. — 24 с.
14. Languages and the First World War: Representation and Memory / ed. Ch. Declercq, Ju. Walker. — New York : Palgrave Macmillan, 2016. — 255 p.
15. Discourses of War and Peace / ed. A. Hodges. — Oxford University Press, 2013. — 304 p.
16. Hodges A. When Words Trump Politics: Resisting a Hostile Regime of Language / A. Hodges. — Stanford University Press, 2019. — 202 p.
17. Hodges A. The 'War on Terror' Narrative: Discourse and Intertextuality in the Construction and Contestation of Sociopolitical Reality / A. Hodges. — Oxford University Press, 2011. — 192 p.
18. Лассуэлл Г.Д. Техника пропаганды в мировой войне / Г.Д. Лассуэлл ; пер. с англ. Н.М. Потапова. — Москва ; Ленинград : Гос. изд-во, 1929. — 199 с.
19. Berelson B. Content Analysis in Communications Research / B. Berelson. — Glencoe : Free Press, 1952. — 220 p.
20. Фомичева И.Д. К разработке методики контент-анализа кампаний в прессе / И.Д. Фомичева // Методы социологических исследований : 3-я Всесоюз. конф., Москва, 4–8 дек. 1989 г. — Москва, 1989. — Вып. 2. — С. 37–43.
21. Федотова Л.Н. Анализ содержания — социологический метод изучения средств массовой коммуникации / Л.Н. Федотова. — Москва : Научный мир, 2001. — 202 с.
22. Семёнова А.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / А.В. Семёнова, М.В. Корсунская ; под ред. В.А. Мансурова. — Москва : Ин-т социологии РАН, 2010. — 324 с.
23. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology / K. Krippendorff. — 3rd ed. — Los Angeles : Sage Publications, 2013. — 441 p.

REFERENCES

1. Ershov Yu.M., Markelov K.V., Cherepanova T.V. Patriotic Discourse in the Youth Environment: in Search of an Optimal Communication Model. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2020, no. 5, pp. 74–82. (In Russian).
2. Lakoff G. Metaphor and war: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. *Peace Research*, 1991, no. 23, pp. 25–32.
3. Ishchenko N.A. Military Discourse and Discursive Dimension of War. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya = The Black Sea Peoples' Culture*, 2007, no. 116, pp. 22–24. (In Russian).
4. Olyanich A.V. Military Discourse. *Diskurs-Pi = Discourse-P*, 2015, no. 2 (19), pp. 165–167. (In Russian).
5. Bachurin V.D. Manipulative Technologies Used in Modern Military Media and Political Discourse by Mass Media. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics Journal*, 2014, no. 4 (50), pp. 99–104. (In Russian).
6. Solopova O.A., Saltykova M.S. The Battle of the Past, the Battle for the Past: «Kursk Salient» in Military-Media Discourse of the Allies. *Vzaimodeistvie yazykov i kul'tur. Materialy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* [Interaction of Languages and Cultures. Materials of International Scientific Conference]. Chelyabinsk, 2018, pp. 135–139. (In Russian).
7. Yusupova T.S. Structural Features of Military Discourse. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk = Izvestia of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 2009, vol. 11, no. 4-4, pp. 1055–1058. (In Russian).
8. Amirov V.M. Political Perspective in a Journalistic Discourse of Modern Armed Conflicts. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics Journal*, 2012, no. 4 (42), pp. 65–70. (In Russian).

9. Van Dijk T.A. *Discourse and Power*. London, Palgrave, 2008. 320 p. (Russ. ed.: Van Dijk T.A. *Diskurs i vlast': reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii*. Moscow, Librokom Publ., 2013. 344 p.).
10. Ulanov A.V. *Russkii voennyi diskurs XIX — nachala XX veka: struktura, spetsifika, evolyutsiya*. Dokt. Diss. [Russian military discourse in XIX — early XX centuries: its structure, features, and evolution. Doct. Diss.]. Omsk, 2014. 494 p.
11. Sdobnova Yu.N. *Lingvisticheskoe otobrazhenie sovremennykh sotsi-al'nykh tendentsii v institutsional'nom diskurse vooruzhennykh sil Frantsii*. Kand. Diss. [Language representation of the contemporary social trends in French military discourse. Cand. Diss.]. Moscow, 2014. 218 p.
12. Dubrova Yu.Yu. *Strukturno-soderzhatel'naya spetsifika mnogokomponentnykh terminov v voennom diskurse*. Avtoref. Kand. Diss. [Structure and content features of multi-component terms in military discourse. Cand. Diss. Thesis]. Moscow, 2015. 24 p.
13. Magomadova T.D. *Voennaya metafora v sovremennom angliiskom, nemetskom i russkom mediadiskurse*. Avtoref. Kand. Diss. [War metaphor in modern English, German and Russian media discourse. Cand. Diss. Thesis]. Volgograd, 2015. 24 p.
14. Declercq Ch., Walker Ju. (eds). *Languages and the First World War: Representation and Memory*. New York, Palgrave Macmillan, 2016. 255 p.
15. Hodges Adam (ed.). *Discourses of War and Peace*. Oxford University Press, 2013. 304 p.
16. Hodges A. *When Words Trump Politics: Resisting a Hostile Regime of Language*. Stanford University Press, 2019. 202 p.
17. Hodges A. *The 'War on Terror' Narrative: Discourse and Intertextuality in the Construction and Contestation of Sociopolitical Reality*. Oxford University Press, 2011. 192 p.
18. Lasswell H.D. *Propaganda technique in the world war* London. Kegan Paul, Trench, Trubner & Co.; New York, Alfred A. Knopf, 1927. 233 p. (Russ. ed.: Lasswell H.D. *Tekhnika propagandy v mirovoi voine*. Moscow, Leningrad, Gosudarstvennoe izdatel'stvo Publ., 1929. 199 p.).
19. Berelson B. *Content Analysis in Communications Research*. Glencoe, Free Press, 1952. 220 p.
20. Fomicheva I.D. To the development of method of content analysis of media campaigns. *Metody sotsiologicheskikh issledovaniy. 3-ya Vsesoyuznaya konferentsiya, Moskva, 4–8 dekabrya 1989 g.* [Methods of sociological studies. 3rd All-Union Conference, Moscow, December 4–8, 1989]. Moscow, 1989, iss. 2, pp. 37–43. (In Russian).
21. Fedotova L.N. *Analiz sodержaniya — sotsiologicheskii metod izucheniya sredstv massovoi kommunikatsii* [Content analysis as a sociological method of media studies]. Moscow, Nauchnyi mir Publ., 2001. 202 p.
22. Semenova A.L., Korsunskaya M.V.; Mansurov V.A. (ed.). *Kontent-analiz SMI: problemy i opyt primeneniya* [Content Analysis of Mass Media: Problems and Experience of Application]. Moscow, Sociology Institute of RAS Publ., 2010. 324 p.
23. Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 3rd ed. Los Angeles, Sage Publications, 2013. 441 p.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Ершов Ю.М. Военно-публицистический дискурс газет в период обороны Севастополя 1941–1942 годов / Ю.М. Ершов, Т.В. Черепанова. — DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).63-77 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 1. — С. 63–77.

FOR CITATION

Ershov Yu.M., Cherepanova T.V. Military Media Discourse of Newspapers during Siege of Sevastopol in 1941–1942. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2021, vol. 10, no. 1, pp. 63–77. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).63-77. (In Russian).