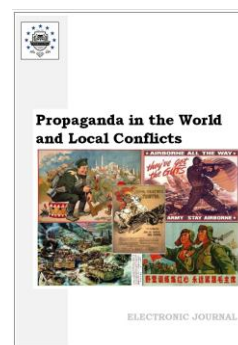


Copyright © 2024 by Cherkas Global University



Published in the USA
Propaganda in the World and Local Conflicts
Issued since 2014.
E-ISSN: 2500-3712
2024. 11(2): 54-58

DOI: 10.13187/pwlc.2024.2.54
<https://pwlc.cherkasgu.press>



Articles

Literary Devices and Lexical Features of Propaganda in Soviet Newspapers in 1921

Valeria S. Kandakova ^{a, *}

^a Udmurt State University, Russian Federation

Abstract

This article examines literary devices and lexical features used for propaganda in Soviet newspapers, using the example of the publication “Red Baltic Fleet” for 1921. The analysis shows that newspaper articles combine informative and propaganda functions, using emotional vocabulary, metaphors, allusions, epithets and occasionalisms to create vivid images and form a negative attitude towards capitalism and bourgeois countries. These literary devices increased the emotional impact on readers and contributed to the complication of society around the new ideology.

Keywords: propaganda, newspaper, press, literary devices, lexical features.

1. Введение

Советские газеты периода гражданской войны – один из интересных феноменов использования пропагандистских приемов. Если в начале войны эти приемы в целом повторяли таковые, разработанные еще в Российской империи, то к ее концу начали оформляться новые, в последствие получившие развитие в советской пропаганде.

2. Материалы и методы

Основными материалами работы послужил архив газеты «Красный балтийский флот», представленный на сайте Российской национальной библиотеки ([Архив газеты...](#)). Анализу подверглись статьи журналиста М. Серебрякова, служившими передовицами в четырех номерах газеты (№ 98, 100, 101 и 104). В работе рассматривается, какие литературные приемы и лексические особенности использовались для пропаганды в газете «Красный балтийский флот» в 1921 г. Среди методов в основном использовались методы лексического и контент-анализа.

3. Обсуждение

Одним из исследователей пропаганды в советских газетах является Е.П. Волкова. В ее статье «Особенности подачи образа «врага народа» в советской печати конца 1920 – первой половины 1930 гг.» анализируются языковые особенности и литературные приемы, которые использовались для создания и внедрения образа «врага народа» в массы, использование стилистических приемов являлось эффективным оружием пропаганды ([Волкова, 2013](#)). Еще один исследователь в этой области Г. Е. Константинов в своей работе «Смена парадигмы

* Corresponding author

E-mail addresses: lerakandakova053@gmail.com (V.S. Kandakova)

советской пропаганды и её отражение в периодической печати в 1920-е – 1940-е гг.» провел статистический анализ слов и словосочетаний, которые использовались для пропаганды в газетах того времени (Константинов, 2022). В работе Д. Асташкина «Советская послевоенная пропаганда: речевые особенности» анализируются формы пропагандистских сообщений, а также речевые особенности и конструкции на примере газеты «Новгородская правда» (Асташкин, 2012). В современной литературе недостаточно трудов, где исследуются литературные тропы и лексические особенности пропаганды в советских газетах в период становления и укрепления советской власти, поэтому данная тема является актуальной.

4. Результаты

1921 год стал знаковым периодом в истории Советской власти. Этот год ознаменовался началом сложного процесса восстановления страны, охваченной экономическими и социальными кризисами. В условиях нестабильности и необходимости сплочения общества, советские газеты стали важным инструментом пропаганды, используя специфические лексические особенности. Также разнообразные литературные тропы для формирования общественного мнения и поддержки новой власти.

Газетный текст относится к газетно-публицистическому стилю. Главным стилиобразующим свойством газетного текста является обязательная реализация в нем одновременно двух главных функций – информативной и социального воздействия. В советских газетах большой упор делался на формирование определенного мнения у читателя, которое было необходимо для укрепления и поддержания советской власти. В газетных статьях события перемешивались с литературными приемами, создавая яркий образ пропаганды, зачастую в них было мало реальных фактов и много авторского мнения, призванного вызывать у читателей определенные эмоции.

На страницах газет, выходивших в этот период, активно использовалась пропаганда, как средство формирования и изменения общественного мнения, необходимого для укрепления советской власти в этот тяжелый период. Статьи насыщены эмоциональной лексикой и терминами связанной с классовой борьбой. Слова и выражения, такие как «капиталистическая колесница» (Серебряков, 1921b), «капитал – наш смертельный враг» (Серебряков, 1921b), «буржуазная маниловщина» (Серебряков, 1921b), «капитал уже потерял себя» (Серебряков, 1921c) и т.п. показывали читателям, что капитализм их главный враг, с которым нужно бороться. В статьях создавался определенный образ буржуазных стран, которые не желали помогать советскому народу, тем самым объединяя общество, с помощью образа единого врага.

Статьи пестрили ёмкими литературными приемами – эпитетами, метафорами, аллюзиями, окказионализмами и иронией, а также фразеологизмами и устойчивыми выражениями. Часто авторы использовали аллюзии – это особая фигура речи, в которой содержится указание или намек на другой факт, с помощью них не говорилось о событии напрямую, а завуалировано наталкивали читателей на нужную им мысль. Например, «в погоне за клочком шерсти» (Серебряков, 1921b), за которой подразумевалось – забрать у России хоть что-нибудь, также, ярким примером служит «вырезая из должника кусок живого мяса» (Серебряков, 1921b), что означает – забрать (взять) у России последние, не оставив ничего. Еще одним интересным примером служит «на гниющей почве буржуазной цивилизации вырастают всевозможные ядовитые цветы» (Серебряков, 1921a) – автор имел в виду, что капиталистические страны порождают воров и бандитов (автор статьи рассказывал о том, что капиталистические страны укрывали преступников, которые были виновны в правонарушениях против советской власти).

Наиболее распространенным литературным приемом, пестрившим на страницах газет является метафора – это выражение или слово, в основу которого положено сравнение одного предмета с другим на основании их общей черты, но употребляемое в переносном смысле. Например, «волчий аппетит» (Серебряков, 1921b) и «ростовщическая душа» (Серебряков, 1921b), которые призваны были показать капиталистические страны с негативной стороны. Использование метафор усиливало эмоциональное воздействие на читателей, ярко и экспрессивно показывая враждебный образ в печати.

Еще одним часто используемым приемом в строительстве советской пропаганды служил эпитет – это определение, прибавляемое к названию предмета с целью подчеркнуть

характерное свойство предмета, придать ему художественную выразительность, поэтическую яркость. Например, «вороватая политика» (Серебряков, 1921с), «откровенная алчность» (Серебряков, 1921b), «лживая дипломатия» (Серебряков, 1921с) и «трусливое лицемерие» (Серебряков, 1921b), которые придавали дополнительный эмоциональный окрас при описании происходивших событий. Они делали статьи более живыми и насыщенными, простыми, но яркими словами описывали происходящее, делая факты одновременно запоминающимися и доступными для читателей.

Интересным литературным приемом, который можно встретить в газетах того времени является окказионализм – индивидуально-авторский неологизм, созданный автором в соответствии с законами словообразования языка применительно к какому-либо специальному случаю для художественной выразительности или языковой игры. Примечательным примером служит «советский лев» (Серебряков, 1921с), с помощью него автор выделил советскую Россию на фоне других капиталистических стран, показывая ее силу, мощь и непобедимость, тем самым вызывая у читателей чувство гордости и патристическое настроение.

Зачастую прибегали к иронии – это насмешка, в которой истинный смысл ставится в противовес реальному смыслу, с помощью нее авторы демонстрировали свое мнение. Например, «*может ли быть что-то глупее этой буржуазной маниловщины*» (Серебряков, 1921d), подчеркивается бессилие буржуазии, ее нежелание поддать руку помощи нуждающимся. Еще одним примером служит «*буржуазия по уши барахтается в невыносимой вонищей грязи*» (Серебряков, 1921a), автор имел в виду, что буржуазия «давно прогнута насквозь». С помощью ироний резко и колко демонстрировалось бездарность и слабость капиталистических стран.

Прибегали авторы и к фразеологизмам и устойчивым выражениям, которые были знакомы и понятны читателю и помогали им наглядно показать уничижительные стороны врагов новой советской власти. Например, «*с паршивой овцы хоть шерсти клок*» (Серебряков, 1921b), что можно трактовать как – если нельзя получить с советской власти все, что он задолжал (автор статьи имел в виду выплату долгов имперской России), то лучше уж довольствоваться малым. Тем самым автор намекал читателям, что буржуазные страны заберут все, что смогут, оставив простой народ голодать и бедствовать. Еще один показательным примером является фразеологизм «*половить рыбу в мутной воде*» (Серебряков, 1921b), под которым понимается – пользоваться трудностями, паникой, замешательством, распрями для достижения личных целей, с помощью него автор показывал, что «их общий враг» будет использовать любые возможности для свержения советской власти. Еще один пример заслуживающий внимания – «*сваливать с больной головы на здоровую*» (Серебряков, 1921d), т.е. обвинить кого-либо в том, в чём виноват сам; перекладывать с виноватого на невиновного, под этим автор хотел донести до читателей, что буржуазия обвиняла советскую власть в том, в чем была виновата не меньше. Можно встретить и устойчивые выражения, например, «*Шейлоковские условия*» (Серебряков, 1921b), что означает – тяжелые, несправедливые требования, за этим подразумевалось, что капиталистические страны выставляли трудно выполнимые условия для новой советской власти.

Все эти литературные приемы использовались для придания статьям экспрессивности, выразительности и живости. Они вызывали у читателей большое количество эмоции и помогали формировать отрицательное отношение к неприятелям советской власти, что способствовало сплочению общества вокруг новой власти и достижению ее целей. Авторы газетных статей не писали о фактах и событиях на прямую, они применяли литературные приемы, которые ярко и эмоционально описывали хронику того времени, тем самым, подводя читателя к тому мнению, которые было необходимо новой власти. В целом, газеты того времени не просто информировали читателей о событиях, но и активно формировали их восприятие реальности, подчеркивая значимость пропаганды как инструмента для достижения политических целей в сложный исторический период.

5. Заключение

Таким образом, анализ литературных приемов и лексических особенностей, использованных в советских газетах 1921 г., на примере «Красный балтийский флот», демонстрирует, как язык и стиль печатного слова служили мощным инструментом

пропаганды в условиях исторической нестабильности. Этот год, ставший знаковым для Советской власти, требовал от средств массовой информации активного участия в формировании общественного мнения и сплочении общества вокруг новой идеологии. Использование эмоциональной лексики, метафор, аллюзий, эпитетов и окказионализмов позволило авторам создавать яркие и запоминающиеся образы, которые вызывали у читателей сильные эмоции и способствовали сплочению общества вокруг новой власти. Эмоциональная лексика, метафоры, аллюзии и другие литературные приемы не только усиливали выразительность текстов, но и способствовали созданию образа единого врага – капитализма, что было необходимо для объединения народа. Таким образом, газеты того времени не просто информировали читателей о событиях, но и активно формировали их восприятие реальности, подчеркивая значимость пропаганды как инструмента для достижения политических целей в сложный исторический период.

Литература

- [Архив газеты...](#) – Архив газеты «Красный балтийский флот. [Электронный ресурс]. URL: <https://vivaldi.nlr.ru>
- [Асташкин, 2012](#) – Асташкин Д. Советская послевоенная пропаганда: речевые особенности // *Язык и социальная действительность*. 2012. № 1-2. С. 121-131.
- [Волкова, 2013](#) – Волкова Е.П. Особенности подачи образа «врага народа» в советской печати конца 1920 – первой половины 1930 гг. // *Медиаскоп*. 2013. № 4. С. 7.
- [Константинов, 2022](#) – Константинов Г.Е. Смена парадигмы советской пропаганды и её отражение в периодической печати в 1920-е – 1940-е гг. // *Гуманитарные исследования. История и философия*. 2022. № 6. С. 22-30.
- [Серебряков, 1921a](#) – Серебряков М. Ворон ворону глаз не выклюет // *Красный балтийский флот*. 1921. № 98 (323). С. 1.
- [Серебряков, 1921b](#) – Серебряков М. Хочешь хлеба? – Плати царские долги! // *Красный балтийский флот*. 1921. № 100 (325). С. 1.
- [Серебряков, 1921c](#) – Серебряков М. Уступки «наступающего» капитала // *Красный балтийский флот*. 1921. № 101 (326). С. 1.
- [Серебряков, 1921d](#) – Серебряков М. После пересадки – по новому пути // *Красный балтийский флот*. 1921. № 104 (329). С. 1.

References

- [Arkhir gazety...](#) – Arkhir gazety «Krasnyi baltiiskii flot [Archive of the newspaper “Red Baltic Fleet”]. [Electronic resource]. URL: <https://vivaldi.nlr.ru>
- [Astashkin, 2012](#) – Astashkin, D. (2012). Sovetskaya poslevoennaya propaganda: rechevye osobennosti [Soviet post-war propaganda: speech features]. *Yazyk i sotsial'naya deistvitel'nost'*. 1-2: 21-131. [in Russian]
- [Konstantinov, 2022](#) – Konstantinov, G.E. (2022). Smena paradigmy sovetskoi propagandy i ee otrazhenie v periodicheskoi pechati v 1920-e – 1940-e gg. [Features of the presentation of the image of the "enemy of the people" in the Soviet press of the late 1920s – first half of the 1930s]. *Gumanitarnye issledovaniya. Istoriya i filosofiya*. 6: 22-30. [in Russian]
- [Serebryakov, 1921a](#) – Serebryakov, M. (1921). Voron voronu glaz ne vyklyuet [One crow will not peck out another crow's eye]. *Krasnyi baltiiskii flot*. 98(323): 1. [in Russian]
- [Serebryakov, 1921b](#) – Serebryakov, M. (1921). Khochesh' khleba? – Plati tsarskie dolgi! [Do you want bread? – Pay the Tsar's debts!]. *Krasnyi baltiiskii flot*. 100(325): 1. [in Russian]
- [Serebryakov, 1921c](#) – Serebryakov, M. (1924). Posle peresadki – po novomu puti [After the transplant – along a new path]. *Krasnyi baltiiskii flot*. 104(329): 1. [in Russian]
- [Serebryakov, 1921d](#) – Serebryakov, M. (1921). Ustupki «nastupayushchego» kapitala [Concessions of the “advancing” capital]. *Krasnyi baltiiskii flot*. 101 (326): 1. [in Russian]
- [Volkova, 2013](#) – Volkova, E.P. (2013). Osobennosti podachi obraza «vruga naroda» v sovetskoi pechati kontsa 1920 – pervoi poloviny 1930 gg. [Features of the presentation of the image of the "enemy of the people" in the Soviet press of the late 1920s - first half of the 1930s]. *Mediascope*. 4: 7. [in Russian]

Литературные приемы и лексические особенности пропаганды в советских газетах в 1921 г.

Валерия Сергеевна Кандакова ^{a, *}

^a Удмуртский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье исследуются литературные приемы и лексические особенности, использованные для пропаганды в советских газетах, на примере издания «Красный балтийский флот» за 1921 г. Анализ показывает, что газетные статьи сочетали информативные и пропагандистские функции, используя эмоциональную лексику, метафоры, аллюзии, эпитеты и окказионализмы для создания ярких образов и формирования негативного отношения к капитализму и буржуазным странам. Эти литературные приемы усиливали эмоциональное воздействие на читателей и способствовали сплочению общества вокруг новой идеологии.

Ключевые слова: пропаганда, газета, печать, литературные приемы, лексические особенности.

* Корреспондирующий автор
Адреса электронной почты: lerakandakova053@gmail.com (В.С. Кандакова)