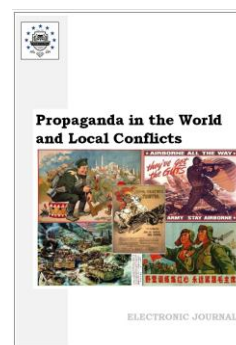


Copyright © 2024 by Cherkas Global University



Published in the USA
 Propaganda in the World and Local Conflicts
 Issued since 2014.
 E-ISSN: 2500-3712
 2024. 11(2): 63-67

DOI: 10.13187/pwlc.2024.2.63
<https://pwlc.cherkasgu.press>



Analysis of the Propaganda Content of the Newspaper “Krasnaya Zvezda” dated February 10, 1942

Liana S. Uvina ^{a, *}

^a Udmurt State University, Russian Federation

Abstract

The article analyzes the content of the newspaper “Krasnaya Zvezda” dated February 10, 1942 (No. 33). This study is aimed at studying the methods and techniques used in military propaganda in the context of World War II using a randomly selected newspaper from the war period as an example. The newspaper, being the official publication of the People's Commissariat of Defense, played an important role in shaping public opinion and supporting the spirit of the Soviet people. The inclusion of articles about the heroism of Soviet servicemen, descriptions of the victories and difficulties they faced, created an atmosphere of unity between the army and the people and fostered patriotism. In addition, the issue contained propaganda materials aimed at reducing panic and strengthening faith in ultimate victory, and also covered the successful operations of the Red Army, which contributed to strengthening trust in the government and the Armed Forces.

Keywords: content analysis, newspaper, Red Star, marker words, war, propaganda, agitation, slogans.

1. Введение

В исторических исследованиях газета «Красная звезда» традиционно рассматривается как ценный источник информации о различных аспектах военной истории СССР, в том числе и истории Великой Отечественной войны. Однако помимо чисто исторического аспекта эта газета дает интересный материал по советской военной пропаганде и агитации, которые заслуживают более пристального внимания исследователей. В данной работе представлены результаты комплексного анализа всего одного из номеров «Красной звезды» — выпуска от 10 февраля 1942 г. Тем не менее, даже анализ одного номера дает определенное понимание роли СМИ в формировании общественного мнения в СССР, а также мобилизации населения в годы Великой Отечественной войны.

2. Материалы и методы

В качестве материала для исследования послужила случайно выбранный номер газеты «Красная звезда» — официального органа наркомата обороны. Для чистоты эксперимента номер не был привязан ни к каким памятным датам или крупным событиям, т.е. это самый рядовой выпуск газеты в годы войны ([Рисунок 1](#)). Номер размещен на сайте «Оборона Москвы» ([Оборона Москвы](#)). В качестве основного метода послужил элементы контент-анализа. Наш анализ проводился по трем ключевым аспектам: контекст времени, агитация к активным военным действиям и стиль и язык газеты. В результате мы получили четкое

* Corresponding author

E-mail addresses: uvinaliana@yandex.ru (L.S. Uvina)

представление о методах и стратегиях, используемых для мобилизации и агитации в условиях Второй мировой войны.



Рис. 1. Внешний вид газеты «Красная звезда» за 10 февраля 1942 г.

3. Обсуждение

В современной исторической литературе газета «Красная звезда», официальный орган наркомата, а впоследствии министерства обороны, обычно рассматривается как исторический источник, например, по истории партизанского движения в Белоруссии (Скоморощенко, 2020) или битвы за Кавказ (Топчян, 2017) и др.

Между тем, пропагандистское содержание газеты и используемые при этом приемы также неоднократно становились объектом исследования. Так в работе Е.М. Кунжарова и А.С. Акуловой сделан упор на анализе поэтического контента газеты с точки зрения облегчения запоминания основных пропагандистских установок (Кунжаров, Акулова, 2020). Не осталось без внимания и такой интересный прием, как парафраз (Воробьев и др. 2022).

Но, вероятно, наиболее скрупулезному анализу подверглись заголовки. Так О.В. Юдаева анализирует их как запоминающиеся слоганы для реализации риторики патриотизма (Юдаева, 2021), а Р.В. Харченко и О.А. Муллинова с использованием достаточно серьезного лингвистического анализа проанализировали структурно-синтаксические особенности заголовков (Харченко, Муллинова, 2023). Прецедентные единицы заголовков подверглись анализу в работе О.В. Кондрашовой с соавторами (Кондрашова и др., 2021).

Тем не менее, по-видимому комплексного анализа отдельных взятых номеров, как это сделано в данной работе, до сих пор не проводилось.

4. Результаты

Анализ содержания проводился по трем ключевым аспектам.

4.1. Контекст времени. 1942 год – это критический момент Великой Отечественной войны. Советский Союз переживает тяжёлые потери, и необходимость в мобилизации сил становится особенно актуальной. Газета «Красная звезда», как орган Красной армии, играет важную роль в информировании и агитации населения.

4.2. Агитация к активным военным действиям. В условиях военных конфликтов информация и её подача играют ключевую роль в формировании общественного мнения и мобилизации населения. Агитация к активным военным действиям становится важным инструментом, способствующим поддержанию морального духа и патриотизма среди граждан. Как показало исследование, в тексте анализируемого номера рассматриваются три

основных аспекта агитации: героизм Красной армии, образы противника и отчёты с фронта. Эти элементы не только укрепляют имидж непобедимой армии, но и создают атмосферу единства и решимости, необходимую для достижения победы. Рассмотрим подробнее, как именно информация может влиять на восприятие войны и способствовать вовлечению каждого гражданина в общую борьбу.

– Героизм Красной армии: статьи о важных победах, успешных операциях, а также о доблести отдельных подразделений способствуют формированию имиджа непобедимой армии.

– Образы врага: в материалах акцентируется внимание на изображении противника как жестокого и безжалостного; это создает у населения чувство единства против общего врага.

– Отчёты с фронта: публикации с описаниями боевых действий, хода войн и достижения войск вдохновляют читателей, они усиливают веру в окончательную победу и необходимость участия каждого в борьбе.

4.3. Стиль и язык. В условиях современного информационного пространства, где высокая степень эмоционального влияния становится решающим фактором формирования общественного мнения, особое значение приобретает использование эффекта слова. В контексте патриотической агитации стилистические и языковые приемы играют ключевую роль в мобилизации населения и укреплении морального духа. Эмоционально окрашенные слова способны вызвать сильные чувства и создать атмосферу единства, а яркие лозунги и слоганы делают сообщения незабываемыми и легко воспринимаемыми. Более подробно рассмотрим, как язык и стиль агитационных материалов формируют патриотическое сознание граждан и способствуют созданию мощного морального резервуара, необходимого в условиях военных конфликтов.

– Эмоциональность языка. Используются эмоционально окрашенные слова и фразы, способствующие созданию патриотического чувства и повышению морального духа («разгром фашистов», «фашистский зверь», «вражья погань» и др.).

– Лозунги и слоганы. Применение коротких, запоминающихся лозунгов делает сообщения более яркими и влияющими, повышая степень вовлеченности граждан («отвага и упорство в наступлении», «сопротивление врага сломлено», «мужество советского воина» и др.).

Для проведения контент-анализа выпуска № 33 газеты «Красная звезда», выявим несколько категорий слов-маркеров, указывающих на события, эмоции, действия и т.д. В контексте военного времени это могут быть такие маркеры, как «фашист», «бой/атака», «войска», «враг/противник», «фронт», «война». Это лишь малая часть слов, которые были выделены к дальнейшему подсчету. Каждое из этих слов употребляется в газете объемом 4 страницы от 14 до 47 раз. Таким образом, их количество на газету, объемом примерно 18 000 слов, приближается к 20 тыс.

Вспользуемся простой математической формулой: пусть x – примерное количество слов маркеров на выбранную газету, y – приблизительное количество слов в газете, а z – процент слов-маркеров. Тогда:

$$z = x/y \times 100 \%, \text{ или } (200 / 18000) \times 100\% = 1,1 \%$$

Таким образом, количество слов-маркеров в газете «Красная звезда» от 10 февраля 1942 г. превышает 1 %. Внимание читателя постоянно сфокусировано на эмоционально окрашенных терминах военной тематики. В каждой статье и даже в каждой колонке газеты упоминается как минимум одно, а как максимум десятков таких слов-маркеров.

Анализ выпуска № 33 газеты «Красная звезда» от 10 февраля 1942 г. предоставляет нам ясное представление о методах и стратегиях, используемых для пропаганды мобилизации и агитации к военным действиям в условиях Второй мировой войны. В этом выпуске ярко проявляется стремление редакции усилить моральный дух населения и продемонстрировать единство нации перед лицом врага. Статьи, публикуемые в газете, подчеркивают героизм советских солдат, важность каждой отдельной личности в общем деле и необходимость сплоченности в борьбе за освобождение страны.

Упор на достижения Красной Армии, а также призывы к активной поддержке фронта посредством организации, помощи в тылу и участия в военных действиях, создают атмосферу общей ответственности за исход войны. Стиль изложения, использование эмоционально

заряженной лексики и обращение к патриотическим чувствам помогают формировать позитивное восприятие войны как неотъемлемой части советской идентичности.

5. Заключение

В целом, выпуск газеты «Красная звезда» от 10 февраля 1942 г. демонстрирует мощный инструмент агитации и мобилизации, который не только информирует читателей о ходе боевых действий, но и вдохновляет их на активные действия во имя защиты Родины. Подобные публикации играли ключевую роль в поддержании морального духа граждан и солдат, укрепляя веру в победу и необходимость продолжения борьбы.

Литература

Воробьев и др., 2022 – Воробьев А.Е., Муллинова О.А., Муллинова Т.А. Перифраза в современном газетном заголовке // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2022. № 6 (169). С. 81-87.

Кондрашова и др., 2021 – Кондрашова О.В., Муллинова О.А., Муллинова Т.А. Прецедентные единицы в заголовках статей газеты "Красная звезда" // *Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире*. 2021. № 2. С. 53-64.

Кунжаров, Акулова, 2020 – Кунжаров Е.М., Акулова А.С. Поэзия как форма пропаганды в начале Великой Отечественной войны (на материалах газеты "Красная звезда") // *Труды Братского государственного университета. Сер. Гуманитарные и социальные науки*. 2020. Т. 1. С. 48-52.

Оборона Москвы – Оборона Москвы. [Электронный ресурс]. URL: <https://xn----7sbcg3blegbaest6l.xn--p1ai/?p=3512>

Скоморощенко, 2020 – Скоморощенко М.Н. Газета "Красная звезда" как источник по истории партизанского движения на территории Беларуси в 1941-1944 гг. / *Копытинские чтения – III: Сборник статей Международной научно-практической конференции*. Могилев, 2020. С. 128-129.

Топчян, 2017 – Топчян Н.С. Битва за Кавказ на страницах газеты "Красная звезда" / *Битва за Кавказ (1942-1943): Время. События. Люди. Сборник материалов научно-практической конференции*. Краснодар, 2017. С. 187-190.

Харченко, Муллинова, 2023 – Харченко Р.В., Муллинова О.А. Структурно-синтаксические особенности заголовков статей газеты «Красная звезда» / *Актуальные проблемы лингвистики, языкознания, психологии: Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции*. Пенза, 2023. С. 149-153.

Юдаева, 2021 – Юдаева О.В. Заголовок статьи как средство реализации риторики патриотизма (по материалам газеты "Красная звезда") // *Военно-филологический журнал*. 2021. № 1. С. 46-52.

References

Kharchenko, Mullinova, 2023 – Kharchenko, R.V., Mullinova, O.A. (2023). Strukturno-sintaksicheskie osobennosti zagolovkov statei gazety «Krasnaya zvezda» [Structural and syntactic features of the titles of articles in the newspaper "Krasnaya Zvezda"]. *Aktual'nye problemy lingvistiki, yazykoznaniiya, psikhologii: Sbornik statei II Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Penza. Pp. 149-153. [in Russian]

Kondrashova i dr., 2021 – Kondrashova O.V., Mullinova O.A., Mullinova T.A. (2021). Pretsedentnye edinitsey v zagolovkakh statei gazety "Krasnaya zvezda" [Precedent units in the headlines of the newspaper "Krasnaya Zvezda"]. *Vestnik Rossiiskogo novogo universiteta. Seriya: Chelovek v sovremennom mire*. 2021. № 2. S. 53-64. [in Russian]

Kunzharov, Akulova, 2020 – Kunzharov, E.M., Akulova, A.S. (2020). Poeziya kak forma propagandy v nachale Velikoi Otechestvennoi voiny (na materialakh gazety "Krasnaya zvezda") [Poetry as a Form of Propaganda at the Beginning of the Great Patriotic War (Based on the Materials of the Krasnaya Zvezda Newspaper)]. *Trudy Bratskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*. 1: 48-52. [in Russian]

Oborona Moskvyy – Oborona Moskvyy [Defense of Moscow]. [Electronic resource]. URL: <https://xn----7sbcg3blegbaest6l.xn--p1ai/?p=3512> [in Russian]

Skomoroshchenko, 2020 – Skomoroshchenko, M.N. (2020). Gazeta "Krasnaya zvezda" kak istochnik po istorii partizanskogo dvizheniya na territorii Belarusi v 1941-1944 gg. [The Krasnaya Zvezda Newspaper as a Source on the History of the Partisan Movement in Belarus in 1941-1944]. *Kopytinskiye chteniya – III: Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Mogilev. Pp. 128-129. [in Russian]

Topchyan, 2017 – Topchyan, N.S. (2017). Bitva za Kavkaz na stranitsakh gazety "Krasnaya zvezda" [The Battle for the Caucasus on the Pages of the "Krasnaya Zvezda" Newspaper]. *Bitva za Kavkaz (1942-1943): Vremya. Sobytiya. Lyudi. Sbornik materialov nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Krasnodar. Pp. 187-190. [in Russian]

Vorob'ev i dr., 2022 – Vorob'ev, A.E., Mullinova, O.A., Mullinova, T.A. (2022). Perifraza v sovremennom gazetnom zagolovke [Periphrase in a modern newspaper headline]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. 6(169): 81-87. [in Russian]

Yudaeva, 2021 – Yudaeva, O.V. (2021). Zagolovok stat'i kak sredstvo realizatsii ritoriki patriotizma (po materialam gazety "Krasnaya zvezda") [The title of the article as a means of implementing the rhetoric of patriotism (based on the materials of the newspaper "Krasnaya Zvezda")]. *Voenno-filologicheskii zhurnal*. 1: 46-52. [in Russian]

Анализ пропагандистского содержания номера газеты «Красная звезда» от 10 февраля 1942 г.

Лиана Сергеевна Увина ^{а, *}

^а Удмуртский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье проведен анализ содержания газеты «Красная звезда» от 10 февраля 1942 г. (№ 33). Данное исследование направлено на изучение методов и приемов, используемых в военной пропаганде в условиях Второй мировой войны на примере случайно выбранной газеты военного периода. Газета, являясь официальным изданием Наркомата обороны, выполняла важную роль в формировании общественного мнения и поддержке духа советского народа. Включение статей о героизме советских военнослужащих, описание побед и трудностей, с которыми они сталкиваются, создавало атмосферу единства армии с народом и воспитывало патриотизма. Кроме того, выпуск содержал агитационные материалы, направленные на уменьшение паники и укрепление веры в конечную победу, а также освещал успешные операции Красной Армии, что способствовало укреплению доверия к власти и Вооруженным Силам.

Ключевые слова: контент-анализ, газета, Красная звезда, слова-маркеры, война, пропаганда, агитация, лозунги.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: uvinaliana@yandex.ru (Л.С. Увина)