ТОТАЛИТАРНЫЙ ЯЗЫК ТРЕТЬЕГО РЕЙХА

12 лет нацистского господства в Германии - это время мифов и символов, формировавших отличную от существующей реальность, к которой нацистские пропагандисты стремились приобщить немецкое общество. Технологии манипулятивного воздействия на массы, разработанные и с успехом применявшиеся на практике социальными инженерами Третьего рейха, не изжиты и в наше время. Инструментом такого воздействия служат средства массовой информации.

Изучение пропагандистских приемов Третьего рейха особенно актуально в условиях глобального коммуникационного сообщества, когда информация является определяющим фактором влияния.Анализ ранее неизученных фактов, целей и механизмов пропагандистской концепции Третьего рейха помогает пролить свет на сегодняшние манипулятивные схемы, применяемые в процессе коммуникации.

Сакральное пространство Третьего рейха было наполнено иносказаниями и требовало особого языка, который пронизывал все сферы общественной жизни и непосредственным образом влиял на восприятие немцами мира вокруг них, формируя особое мировоззрение. Тоталитарный язык отражал политические конфликты и социальные противоречия в текстуальной форме, воздействуя на население Германии через СМИ.С помощью новых слов и выражений, иносказаний и запретов на употребление определенных понятий, нацисты манипулировали немецким обществом. Тоталитарный язык Третьего рейха стал явлением, которое позднее появилось в философии уже середины XX в., в частности, в работах Ю. Хабермаса, постулировавшего роль языка в конституировании понятия действительности.

Чиновники Третьего рейха употребляли понятия, которых не было в обиходном немецком, такие, как ADO (allgemeine Dienstordnung – всеобщий служебный регламент) [2]. Официальные названия в разговорном языке обзаводились неофициальными сокращениями. Министерство народного просвещения и пропаганды (Reichsministerium for Volksaufklarung und Propaganda) именовалось „Promi“, политический функционер (politischer Funktion) превращался в „pofu“, а охранная полиция (Sicherheitspolizei) – в „sipo“.

Ведущую роль в формировании тоталитарного языка Третьего рейха играло министерство народного просвещения и пропаганды. На совещаниях под руководством Геббельса решалось, какие слова не должны более употребляться в СМИ, а какие выражения должны войти в обиход в русле информационно-пропагандистской концепции нацистов. Так из речи были вычеркнуты слова «славяне», «панславизм», «партизаны» и др.

Порою инициатива в появлении или исчезновении понятий исходила от самого Гитлера. Так в октябре 1941 г. из официального языка пропало выражение «советский солдат» („Sowjet-Soldat“) и появился неологизм, близкий к русскому «красноармеец» („Sowjet-Armist“). Таким образом министерство пропаганды отреагировало на слова Гитлера «с нами воюют не солдаты, а животные и чудовища» [1; 4].

«Испытательным полигоном» для новых языковых конструкций выступала газета «Дер ангрифф». Она противопоставляла «немецкое» („deutsch“), народное» („volkisch“), «общественное» („gemeinschaftlich“) «ненемецкому» („undeutsch“), «антинародному» („unvolkisch“) и «враждебному» („feindlich“). «Дер ангрифф» смело использовала в своих статьях и рисунках простонародные мотивы, а также политические карикатуры, бессовестные и лживые заголовки; на ее страницах повсеместно присутствовала дезинформация и даже диффамация. Псевдорелигиозная пропаганда заимствовала символы, идеи и выражения у христианской религии.

Значительное число оппозиций в тоталитарном языке Третьего рейха относилось к понятию «большевизм». На страницах нацистской прессы оно фигурировало вместе с выражениями «красный террор» („roten Terror“) [3; 1], «красный убийца» („roten Morder“)[4], «пылающий факел большевизма» („bolschewistische Brandfackel“)[4].

Введенные нацистами эвфемизмы позволяли существовать, казалось бы, несовместимым в адекватном мировоззрении категориям. Они соединяли «массовые убийства и добропорядочность», когда «создавались семантические связи и возникал мир, где убийства еврейских женщин и детей не противоречили приличиям и чести, но, наоборот, всячески их укрепляли» [5; 6].

Особое место в сакральной реальности Третьего рейха занимало понятие смерти. При этом в пропагандистском языке она была представлена двояко: в негативном значении, как, напр., угроза со стороны большевизма, либо в значении положительном, тесно связанном с религиозным контекстом – как смерть за рейх, за идею, за фюрера. Такие понятия, как «смерть» („Tod“), «мертвый» („tot“), «могила» („Grab“), убийца („Morder“), жертвоприношение („Opferung“) часто появлялись на страницах нацистской прессы, настраивая читателей против врагов или напоминая им о сотворенных пропагандой героях.

Тоталитарный язык строился на противоположностях и семантических контрастах, которые делили мир на своих и чужих. Эти контрасты создавали полярную реальность Третьего рейха, опираясь на примитивные схемы и многократное повторение.В связи с этим пресса явилась одним из наиболее важных инструментов внедрения нужных образов и аналогий, что выражалось в тексте статей, заголовках и соответствующем иллюстративном материале.

Список использованных источников:

1. *Российский государственный военный архив. Ф. 1363. Оп. 3. №25. 11 Uhr Pressekonferenz vom 6.10.1941.*
2. *Brackmann, K.-H., Birkenhauer, R. NS-Deutsch. „Selbstverstдndlich“ Begriffe und Schlagwцrter aus der Zeit des Nationalsozialismus. – Darmstadt: Straunener Manuskripte Verlag, 1988.*
3. *Der Angriff, 1933. Februar, 7. №32.*
4. *Der Angriff, 1933. Mдrz, 4. №54.*
5. *Nill, U. Sprache der Gegenaufklдrung. Zu Funktion und Wirkung der Rhetorik des Nationalsozialismus // Joachim Dyck, Walter Jens, Gert Ueding (Hrsg.). Rhetorik. Ein internationales Jahrbuch. Bd. 16: Rhetorik im Nationalsozialismus. – Tübingen, 1997.*