

**НАУЧНО-ТВОРЧЕСКИЙ ФОРУМ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ И ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ**

Направление работы:

Русский язык

**Тема: ГАЗЕТЫ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК СОЗДАНИЯ «ОБРАЗА
ВРАГА» ВО ВРЕМЯ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ**

Автор: ученица 6 «б» класса
ФГКОУ СПбКК Пансион воспитанниц МО РФ
Мартынцева Анна Богдановна

Научный руководитель:
Гайдук Наталья Васильевна,
учитель русского языка и литературы
ФГКОУ СПбКК Пансион воспитанниц МО РФ

Место выполнения работы:
г. Санкт-Петербург

2022

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
1. Оценочная лексика в материалах СМИ как средство манипулирования	5
2. Образ врага в пропагандистской концепции третьего рейха	7
3. Советские газеты и «образ врага»	15
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	21
Список литературы	24
Список источников:	25

ВВЕДЕНИЕ

Современные мировые явления и процессы подводят многие государства к чувству собственной чрезмерной значимости, а, следовательно, и ощущению возможности оказать решающее влияние на геополитическую обстановку. Условия вооруженного противостояния государств являются экстремальными ситуациями не только «взаимодействия» стран и народов, но и их взаимовосприятия. Вооруженный противник, несущий смерть и разрушения, воспринимается принципиально иначе, нежели партнер в области экономики, культуры, образования, науки и т.д. Стереотипы взаимовосприятия народов мирного времени в период войн и даже подготовки к войне с потенциальным противником неизбежно трансформируются в «образ врага», особенно если государство оказывает целенаправленное воздействие на свое население.

И не случайно «образ врага» среди многочисленных феноменов массового сознания в прошлом веке занял столь значимое место. Не стало исключением и сознание российского общества на всех его уровнях, что существенно связано с той значимостью, которую имели войны для всей истории России в XX в. Безусловно, нельзя рассматривать формирование образа врага вне более широкого исторического контекста взаимовосприятия стран и народов. Поэтому весьма значимы исторические исследования, посвященные восприятию стран - противников России в XX в. как собственно в период ведения боевых действий, так и в мирное время.

Для достижения этих целей во все времена особую роль играли СМИ. Согласимся с мнением, приведенным коллективом авторов в труде «История зарубежной журналистики», что газетная журналистика – это часть мировой культуры и очень важная составляющая общественного движения. Кроме того, это феномен творчества и политики, отражающий положения вещей внутри цивилизации»¹. Газеты являлись одним из ключевых компонентов при образовании категории «образ» в сознании получателя информации, поэтому

¹ Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. М.-Р. н/Д.: МарТ. 2003. С. 3.

редакторы и издатели проводили колоссальную работу при отборе и представлении новостей на страницах своего издания.

В настоящее время можно получить доступ практически к любому периодическому изданию, где в одной из главных ролей выступает газетная статья, влияя на формирование общественного мнения. Высокий уровень использования эмоционально-окрашенной лексики в газетных текстах обуславливает необходимость ее детального лексического и стилистического анализа.

Объектом данного исследования являются газетные статьи на русском, и немецком языках времен второй мировой войны.

Предметом данной работы является эмоционально-окрашенная лексика газетных изданий, которая служила для создания «образа врага» противоборствующих государств.

Целью работы является изучение лексических единиц, используемых в газетных текстах политических статей для создания «образа врага»

Для осуществления выше поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) охарактеризовать языковые особенности газетного стиля;
- 2) проанализировать основные способы создания «образа врага» в публицистике;
- 4) проанализировать используемую лексику на основе статей немецкой и советской прессы.

Теоретической базой исследования являются работы современных отечественных и зарубежных учёных, направленные на изучение особенностей газетного текста, публицистического стиля и особенностей эмоционально-окрашенной лексики. Основу **источниковой базы** работы образуют комплекты газет «Правда», «Красная звезда», «Völkischer Beobachter» (Фёлькишер беобахтер), «Der Stürmer» (Штюрмер)² за 1939 – сентябрь 1945 г.г.

² Архив «Фёлькишер беобахтер» и «Штюрмер» URL.: <https://zefys.staatsbibliothek-berlin.de/list/> и URL.: <https://www.onb.ac.at/bibliothek>

1. Оценочная лексика в материалах СМИ как средство манипулирования

Один из учебников по стилистике языка говорит, что оценка является одной из универсалий языка³, причем в основе большинства оценочных суждений лежит соотнесение с понятиями «хорошо» и «плохо». Несмотря на отсутствие единого определения оценки, большинство исследователей сходятся в том, что для нее характерно наличие субъекта (человека) и объекта, рассматриваемого с точки зрения способности или возможности удовлетворять желания, потребности, цели или интересы субъекта⁴. Оценочный аспект присутствует на всех языковых уровнях, каждый из которых имеет специфические средства выражения; тем не менее, основным языковым уровнем, способным выражать любой вид оценки, называют лексико-семантический уровень⁵. Отмечено также, что оценочные слова негативной семантики в количественном отношении преобладают над словами позитивной семантики и характеризуются большей частотностью употребления в речи по сравнению с оценочными единицами того же семантического поля, но с позитивным значением⁶.

Принято считать, что газетно-публицистический стиль противопоставлен по особенностям его языковой системы научному и официально-деловому, которым в свою очередь свойственно отсутствие языковых средств, обладающих яркой эмоционально-экспрессивной окраской, разговорных, просторечных, жаргонных элементов.

Многие авторы упоминают о том, что очень сильные эмоции, как правило, выражаются словами с переносным, метафорическим значением. Действительно, известно, что метафоризация способствует развитию

³ Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / вступ. ст. Н.Д. Арутюновой, И.И. Чельшевой. М.: КомКнига, 2006. 280 с.

⁴ Ильина Н.В. Структура и семантика оценочных конструкций. М.: Русский язык, 1982. 84 с., . Соловьева О. Н. О некоторых аспектах оценки в современном русском языке// Вестник ОГУ. 2014. № 4 (165). С. 259-263.

⁵ Иванова Г.Ф. Оценка в ментальной сфере языка. // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. Вып. 3-II / 2007. С. 146-147.

⁶ Скворцова Е. В. Лексико-семантические аспекты асимметрии положительной и отрицательной зон оценки (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2012. 20 с.

эмоционально-экспрессивных оттенков того или иного слова. В этом случае стилистически нейтральные слова, употребленные в качестве метафор, наделяются сильной экспрессией. При этом не стоит забывать о том, что главным обстоятельством для определения экспрессивной окраски слова является контекст, в котором оно употреблено. Именно он привносит дополнительные оттенки эмоций, а подчас способен и полностью перевернуть его значение (например, торжественное сделать ироничным)⁷.

К основным особенностям газетно-публицистического стиля речи, который в своей совокупности отличают его от других функциональных стилей, мы можем отнести следующие:

1) экономию языковых средств, лаконичность изложения, в сочетании с информационной насыщенностью;

2) отбор языковых средств по принципу их доходчивости (газета наиболее распространенный вид массовой информации);

3) наличие общественно-политической лексики и фразеологии, переосмысление лексики других стилей (в частности, терминологической) для нужд публицистики;

4) использование типичных для данного стиля речевых стереотипов, клише;

5) жанровое разнообразие и связанное с ним разнообразие стилистического использования языковых средств: многозначности слов, ресурсов словообразования (авторские неологизмы), эмоционально-экспрессивной лексики;

6) «образ врага» — даже если рассматривать его на уровне представлений отдельного человека — принадлежит сфере массового сознания: каждый человек — член социума, и индивидуальная психология на уровне смыслового наполнения неизбежно отражает менталитет общества в целом.

⁷ Шаховский В.И. Проблема разграничения экспрессивности и эмо-тивности как семантической категории лингвистики // Проблемы семасиологии и лингвистики. - Вып. 2. - Рязань: РГПУ 1975. - С. 3-25.

2. Образ врага в пропагандистской концепции третьего рейха

Национал-социалистская пропаганда на страницах газетных изданий успешно добивалась своей цели: она вводила в сознание людей заранее подготовленные образы и аналогии, давала направление мыслям читателей с помощью иллюстраций, кричащих заголовков, командного тона статей. В условиях, когда у людей не было альтернативных источников получения информации, а каждое слово и изображение на газетной полосе служило целям пропаганды, контроль над массовым сознанием был вполне возможен и осуществим.

Выражение *Lingua Tertii Imperii* (ЛТИ) для обозначения немецкого языка периода национал-социализма (1933–1945) принадлежит Виктору Клемпереру, филологу-романисту (1881–1960), пережившему нацистский режим и написавшему переведенную в настоящее время на многие языки книгу «ЛТИ. Notizbuch eines Philologen»⁸ («ЛТИ: Язык Третьего Рейха. Записки филолога»). Эта книга, увидевшая свет в послевоенной Германии в 1947 г., основана на дневниках, которые ее автор вел на протяжении всего периода нацистского господства

Система печати в Третьем рейхе несомненно представляет особый интерес для исследований. С приходом к власти нацистов в 1933 г. стали проводиться решительные меры в отношении СМИ. Особой поддержки удостоился «Фёлькишер беобахтер» («Народный обозреватель»)⁹, который до последних дней Третьего рейха являлся официальным печатным изданием НСДАП.

Известно, что Гитлер сам сформулировал задачи пропаганды Третьего рейха: нужно не убеждать, а внушать. С помощью лексических особенностей языка он выражал своё отношение к людям, не соответствовавшим его

⁸ Клемперер В. ЛТИ: Язык Третьего Рейха: Записки филолога. – М., 1998.

⁹ Основанный в 1887 г. под названием «Münchener Beobachter» — «Мюнхенский обозреватель», который в 1920 г. был куплен и переименован членами Немецкой рабочей партии Дитрихом Эккартом и Эрнстом Рёмом. С 1923 г. «ФБ» выходил с подзаголовком «Kampfblatt der nationalsozialistischen Bewegung Großdeutschlands» — «Боевой листок национал-социалистского движения Великой Германии»

представлениям о настоящем человеке. Людей, которые должны были быть подвержены онемечиванию, он называл «Menschenbesatz», в переводе на русский язык «человеческий материал». Данный термин носит ярко выраженную негативную окраску

Анализируя язык Третьей империи (ЛТИ – «Lingua Tertii Imperii»), В. Клемперер отмечает его мощное воздействие на простых немцев, отводя ему роль сильнейшего орудия нацистской пропаганды. Так, если долго использовать слово «фанатически», вместо того чтобы сказать «героически» или «доблестно», человек в конечном счете уверует, что фанатик – это просто доблестный герой и что без фанатизма героем стать нельзя»¹⁰

В передовицах нацистских газет главными врагами оставались евреи и большевики. О политических противниках и меньшинствах высказывались в соответствии с политикой нацистской Германии, используя при этом негативно-окрашенные метафоры, а борьба с ними описывалась как борьба с паразитами, вредителями.

«Еврей есть и останется всегда типичным паразитом, дармоедом, который, подобно болезнетворной бацилле, распространяется всё шире и шире, а питательная среда этому только способствует.»

(«Der Jude ist und bleibt der typische Parasit, ein Schmarotzer, der wie ein schädlicher Bazillus sich immer mehr ausbreitet, sowie nur ein günstiger Nährboden dazu einlädt»).

В названный период наблюдается не только создание новых лексем, в том числе многочисленных композитов с инициальным или финальным компонентом *Jude, Volk, Reich, Rasse* и др., (но и коннотативные изменения у значений некоторых лексических единиц (например, появление положительных коннотаций у слов *Fanatismus, Fanatiker, fanatisch, Propaganda*). Эвфемизмы, заменяющие лексемы с семантикой смерти, также характерны для языка Третьего рейха, например: *Endlösung der Judenfrage* (окончательное решение еврейского вопроса) вместо *Ermordung aller Juden Europas* (убийство всех евреев

¹⁰ Клемперер В. ЛТИ: Язык Третьего Рейха: Записки филолога. – М., 1998.

Европы), *Sonderbehandlung* (специальное обращение) вместо *Exekution* (смертная казнь) и др. Помимо этого создается большое количество сокращений, номинирующих реалии гитлеровской Германии: *HJ* (*Hitlerjugend*), *DAF* (*Deutsche Arbeitsfront*), *PG* (*Parteigenosse*) и т. д.

Порою инициатива в появлении новых и исчезновении ранее употреблявшихся выражений исходила от самого Адольфа Гитлера. Так в октябре 1941 г. из официального языка исчезает выражение «советский солдат» („Sowjet-Soldat“) и появляется неологизм, наиболее близкий к русскому слову «красноармеец» („Sowjet-Armist“). Рождение нового термина происходит в недрах министерства пропаганды, после очередной, речи Гитлера. «По мнению министра, выражение «советский солдат» нельзя употреблять в будущем после того, как фюрер в своей речи сказал: «С нами воюют не солдаты, а животные и чудовища». В сложносоставных словах, начинающихся, образованных от «советский» и «большевистский», выражение «солдат» больше не использовать», - заявлял Геббельс. Таким образом нацистское руководство стремилось показать, будто солдаты противника не являются людьми — и заставить население забыть, что в русской армии служат такие же солдаты, как и в немецкой. Подмена понятий словно бы «овеществляла» советских бойцов, санкционируя любые бесчеловечные действия в их отношении.

Среди, многочисленных внешних сил, «враждебность» которых помогала сплачивать немецкое население под эгидой НСДАП и отвлекать людей от внутренних проблем государства, оправдывая все действия власти, наиболее удобен был созданный нацистами – образ СССР. Во-первых, коммунисты были идейными противниками нацистов в политической сфере. Во-вторых, социалистическое крыло в политическое сфере подвергалось нападкам при поиске виноватых в том, что Германия проиграла Первую мировую-войну, и Советский Союз — страна победившего социализма — удачно вписывался в эту схему. В-третьих, антисоветская пропаганда во многом опиралась на теорию «мирового еврейского заговора», поскольку в нацистских речах

революция в СССР связывалась с преступными действиями «евреев», в которых записали социалистических лидеров ВКП(б).¹¹

Особого интереса заслуживает попытка Германии выступить единоличным защитником Европы от большевистской угрозы, чему способствует активная кампания в прессе. «Преступный союз» СССР и западных стран берется на вооружение нацистскими пропагандистами уже в 1940-е гг. Яркий пример тому - ведущая статья номера, «Фёлькишер беобахтер» от 23 июня 1941 г. под названием «Раскрыт заговор Лондона и Москвы» („Komplott mit London von Moskau- offen zugegeben"), с припиской уже меньшим шрифтом - «Армия великой Германии отправилась на восток» („Grossdeutschlands Wehrmacht im-Osten angetreten")¹².

С началом войны против СССР заметно повысился уровень агрессивности нацистской пропаганды. Следствием этого явилась концентрация нацистских пропагандистов на образе врага в лице большевизма, в дополнение к которому шли «западная плутократия» и «еврейство» («В раю для плутократов. Немец познает Англию» ("Im Paradies der Plutokraten: Eim Deutscher erlebt England"), «Евреи во французской революции» („Juden in der franzosischen Revolution"), «Предательство большевиков» („Der bolschewistische Verrat")¹³.

Интересно, что шрифт Völkischer Beobachter был готический, что в принципе затрудняет чтение, но в 1941 г. была введена еще и традиция визуально выделять слова, относящиеся к враждебным, так например, буква, «Т», с которой в немецком языке начинается слово «смерть» (Tod); печаталась как стилизованный серп го молот..и ассоциировалась с советской символикой («Судьбоносное единство не на жизнь, а насмерть» («Schicksalsgemeinschaft auf Leben und Tod»); «Агония лжи» («Todeskampf der Lüge»)

¹¹ ВКП(б) - Всесоюзная коммунистическая партия большевиков, переименована в Коммунистическую партию Советского Союза (КПСС) в 1952 г. на XIX съезде партии

¹² Volkischer Beobachter, 1941. Juni, 23. №174, S. 1.

¹³ Der Sturmer, 1941. Juni, 5. №23. S. 4., DerSturmer, 1941. Januar, 16. №3. S: 3., Der Sturmer, 1941. Juli, 10. №23. S..3.

Лейтмотивом кампании было понятие примитивности. «От русских крестьян нужно ожидать гораздо меньшего, чем от баварских дровосеков. Эти русские неграмотны» . Также помимо примитивизма для русских с точки зрения министерства народного просвещения и пропаганды были характерны следующие черты:

- плохая осведомленность («Не нужно полагать, подчеркивает министр, что каждый в России знает то, что знаем мы и что напечатано в «Правде». Об этом известно только паре тысяч человек. Мы же должны представлять себе миллионы мелких крестьян и рабочих, которые ни разу не держали «Правду» в руках»);

- выработанное годами советской пропаганды крайне отрицательное отношение к европейским странам и капитализму («Русский народ 25 лет воспитывался на догме «Мы - Родина рабочих и крестьян; у нас — рай; в капиталистических странах царят нужда, нищета, террор и угнетение»);

- ограниченность сознания людей из-за отсутствия иных источников информации («Люди не знали ничего, кроме большевизма...»);

- оторванность от европейской культуры и ценностей, при этом особенно подчеркивается варварство и оторванность от идеалов христианства («...ни царизма, ни церкви, ни христианства, ни западноевропейской культуры, ни цивилизации»¹⁴);

- русские - низшая раса, но отличаются от пресыщенных европейских народов, которых было легко покорить («Таким образом, русские ниже нас во всем. Но они молодой народ, который очень сильно расплодился, с миллионным приростом населения; они не утомленный, закормленный и живущий только наслаждением народ, как французы, но все же народ, который по-своему стремится к установленным целям»

¹⁴ Volkischer Beobachter, 1942. August, 1. №213. - S. 1.



Подпись под фото: Лица московских "носителей культуры", жажда убийства и подлость/низость написаны на лицах. Данная тема расчеловечивания в эти дни поднимается снова и снова. Пленных в новостных выпусках показывают часто, выбирая самые измученные, перекошенные, потерянные лица. Про лица недочеловеков (Untermenschen): эти вот жаждущие крови орды стремились разрушить немецкие города и деревни, но немецкая армия остановила эту смертельную угрозу, а типы советских людей: «грабители, мародеры, как правило, евреи» (Plünderer, Marodeuren, in den hauptsache Juden).



На этих двух фото подчеркивалось противопоставление двух миров, в корне отличающихся друг от друга: немецкий солдат — герой величайших сражений и большевистский «Untermenschentum», недочеловек.

Представление советского населения на отредактированных и предназначенных для распространения фотографиях является иллюстрацией

тех характеристик, которые подходят для подтверждения этнических предубеждений и расовых стереотипов. Рваная, грязная одежда, асимметрично искаженное лицо — фотографическое изображение предполагает, что этот отталкивающий, примитивный человек не должен вызывать жалости, «Bilder von vertierten bolschewistischen Typ».

Пропаганда Третьего рейха создала до крайности искаженный образ и советских женщин, клише нацистской пропаганды — «Flintenweiber» (баба с ружьем). Само слово Weib (баба) в немецком имеет простеречную сниженную и даже презрительную окраску.



Образ «Flintenweiber» создавался целенаправленно, чтобы побудить немецких солдат сражаться, а не проявлять снисходительность по отношению к советским женщинам.

В ответ на советские сообщения о жестокостях немецких солдат публиковались фотографии «преступлений» советских войск, в т.ч. против собственного народа.

Статья «Bestialische Kriegführung der Sowjets» рассказывает о зверской войне, которую ведут Советы, мол, большевистская жестокость Brutalität не знает границ. Непостижимые для европейского сознания методы борьбы. Бандитские методы борьбы. Эти «дикари» (полудикари — Halbwilden),

«fanatisierten Kreaturen» в камуфляжной одежде прятались по лесам, замаскировавшись в кронах деревьев пучками травы, и расстреливали прочесывавших леса немецких солдат.

Количество этих сообщений особенно возросло в последние месяцы войны, когда немецкие газеты пестрели заголовками «Депортированы в качестве рабов» („Als Arbeitssklave deportiert"), «Вся Германия должна стать рынком рабов для Москвы!» („Ganz Deutschland soll Sklavenmarkt für Moskau werden!")¹⁵

Об «ужасах русского нашествия», «еврейского» и «большевистского» террора говорил и министр пропаганды нацистской Германии Й.Геббельс: «Вслед за наступающими советскими дивизиями следуют команды ликвидаторов из евреев, а за ними поднимается призрак террора, голодной смерти, анархии».

«Nach den vorrückenden sowjetrussischen Divisionen folgen die Liquidatorenbesatzungen aus der Juden, und das Gespenst von Terror, Hungertod und Anarchie steigt hinter ihnen auf.»¹⁶

Итак, образ врага в лице Советского Союза конструировался на основе нескольких основополагающих посылок:

- агрессивности русского руководства («большевистских военных преступников»), якобы взявшего курс на построение гигантской военной машины, которая угрожает Европе;
- созданию образа Германии как последнего- оплота Европы перед лицом большевистской угрозы;
- примитивных, животных условиях, в которых живет угнетаемый большевиками советский народ, в особенности - крестьянство;
- готовности «продажного большевистского правительства» бежать от войны, предав свой народ и спасая себя.

¹⁵ Volkischer Beobachter, 1945. April, 7. №83. S. 1.,

¹⁶ Volkischer Beobachter, 1945. April, 10. №85. S. 1.

3. Советские газеты и «образ врага»

В своем исследовании мы использовали прежде всего материалы центральных газет военного времени «Правда» и «Красная звезда».

На начальном этапе войны, когда Красная Армия отходила назад под ударами врага, захватившего страну врасплох своим вероломным нападением, когда проигрывали сражение за сражением, несмотря на всю стойкость и героизм советского народа, вся сила и мощь советской агитации и пропаганды была направлена на то, чтобы остановить врага. В печать, в основном, шли сообщения о единичных победах, даже не в сражениях, а о личных победах солдат и экипажей: «Отважные советские летчики»¹⁷, статья «Презрение к смерти рождает героев и обеспечивает победу»¹⁸, «Фашизм несет страдания, рабство, смерть»¹⁹, «Уничтожать шпионов и диверсантов!»²⁰ и тому подобное. Главной задачей было создать образ врага, который бы поднял народ на его изгнание с просторов Советского Союза.

Образ врага рисовал противника изувером и мародёром, деяния которого вызывают только ужас и отвращение. В глазах солдат Красной Армии немецкие солдаты представлялись настолько мерзкими и отвратительными, что терпеть их в своей Отчизне мы попросту не могли. В газете появились такие заголовки, как «Сметем с лица земли фашистскую нечисть!»²¹.

Битва под Сталинградом стала переломным моментом в ходе войны. Но этап этот оказался переломным не только для военных действий, но и для образа врага. Когда начались победы на южном фронте, и 18 января 1943 года была прорвана блокада Ленинграда, а немцы начали отступать, соответственно «Начала возрастать сила наших ударов», противник стал уже не атакующим, а «контратакующим». После этого перелома государство стало призывать народ к освобождению Европы. Начиная с родственных славянских народов на Балканах в Прибалтике. Заголовки статей к этому призывают: «Блестящая

¹⁷ «Красная звезда» №154, 3 июля 1941 года

¹⁸ «Красная звезда» №174, 26 июля 1941 года

¹⁹ «Правда» №200, 21 июля 1941 года

²⁰ «Правда» №192, 13 июля 1941 года

²¹ «Красная звезда» 1.07.1941

победа наших войск в Прибалтике»²², «Немецко-фашистские зверства в Литве»²³.

В СМИ началось массовое уничтожение нацистов, начал пропадать весь ужас, который вызывали войска СС. Согласно риторике военного времени «Красная звезда» призывала дойти до логова врага и там его раздавить. Изменение отношения к себе у советских бойцов, появление у них веры в собственные силы вызвало и соответствующее изменение их отношения к врагу. А это, в свою очередь, вместе с первыми крупными успехами советской армии, изменило настроения и самооценку армии вражеской. «Как переменились за шесть месяцев эти солдаты «непобедимой» армии!» – отмечали наши газеты, говоря о поведении немецких военнопленных. И в целом образ врага становится более конкретным и одушевленным: это уже не была несокрушимая машина. По мере роста страданий и бедствий народа, враг-фашист все больше воспринимался как свирепый зверь – сильный, жестокий, опасный, но, тем не менее, вполне уязвимый, с которым и следует обращаться как с диким зверем. Чем дольше длилась война, тем яснее становилась глубина народного горя, тем сильнее разгоралась ненависть к захватчикам – особенно, когда советская армия перешла в наступление и собственными глазами увидела те зверства, которые творил враг на оккупированной им земле.

Образ врага-зверя, безусловно, имел под собой основания: воспитанные фашистской идеологией, немцы воспринимали себя как расу господ, «сверхчеловеков», а по отношению к другим народам вели себя как худшие из варваров. Такое поведение оккупантов во многом диктовалось именно идеологией расового превосходства, отношением как к полноценным людям только к «своим». И шло оно не столько от специфики национальной культуры, сколько от фашистской пропаганды и политики рейха в отношении славянских народов.

На заключительном этапе войны, ни о каком могущественном противнике речь в печати уже не шла. Был враг, точнее то, что от него

²² «Правда» №208, 30 августа 1944 года

²³ «Правда» №304, 20 декабря 1944 года

осталось, а осталось от него очень немного. Национал-социалистическая Германия предстала перед миром и советским обществом, в частности, как жалкое существо, гадина, которая могла только кусаться, но серьезного вреда учинить уже была не способна. «Красная звезда» упирала на то, что надо быстрее дожать врага. Заголовки газеты об этом свидетельствуют: «Воспитание ненависти»²⁴, «В берлоге немецкого зверя»²⁵, «Мщение и смерть гитлеровским мерзавцам»²⁶, «Раздавить фашистскую гадину!»²⁷ Газетные статьи и заметки призывали Красную Армию дожать нацистскую нечисть, где бы та ни пряталась. Ненависть к врагу и связанная с этим жажда мести были чувствами, отражавшими господствующие настроения на фронте и в тылу.

В роли врага оставались лишь немцы, оказывающие вооруженное сопротивление. Однако письма солдат с фронта, публикуемые в газетах «Правда» и «Красная звезда» свидетельствуют о сложности психологической перестройки солдат по отношению к немцам, трудности преодоления сложившегося за годы войны устойчивого образа главного врага, несмотря на приказы, директивы и усилия пропаганды. Газетам «Правда» и «Красная звезда» пришлось развернуть большую пропагандистскую работу среди войск, разъясняя, как отличить «неисправимых врагов от честных людей», однако «многие наши бойцы с трудом принимают эту линию тактического мышления с населением, особенно те, чьи семьи пострадали от гитлеровцев во время оккупации».

Вряд ли только политические директивы и грозные приказы могли остановить праведный гнев побеждавшей Советской Армии, который имел достаточно оснований вылиться в слепую месть поверженному врагу. И такие случаи, конечно же, были. Но они не превратились в систему. Причины этого, на наш взгляд, достаточно точно определил Д. Самойлов: «Германия подверглась не только военному разгрому. Она была отдана на милость победного войска. И народ Германии мог бы пострадать еще больше, если бы

²⁴ «Красная звезда». – 17.12.1944, №297

²⁵ «Красная звезда». – 4.01.1945, №3

²⁶ «Красная звезда». – 23.12.1944, №302

²⁷ «Красная звезда». – 25.01.1945, №20

не русский национальный характер – не злобливость, не мстительность, чадолюбие, сердечность, отсутствие чувства превосходства, остатки религиозности и интернационалистического сознания в самой толще солдатской массы. Германию в 45-м году пощадил природный гуманизм русского солдата»²⁸

Эмоциональное напряжение в жизни советского общества во время Великой Отечественной войны не могло не повлиять на лексику, которая использовалась в публицистике указанного периода²⁹. Можно привести множество примеров общенародных разговорно-бытовых «военных» единиц, в состав которых входят:

а) разговорно-литературная лексика: *жать* (в значении «стрелять»), *всыпать* (в значении «побить»: ср. *всыпали немцам*), *погнать* (в значении «начать преследовать»: ср.: *погнали немцев*), *засесть* (в значении «укрепиться», ср.: *накрепко немец там засел*);

б) просторечная лексика: *драпать* в значении «поспешно отступать, бежать» (обычно имеет оттенок презрительности), *лупить* в значении «сильно стрелять» (*лупит немец из миномета*).

Среди книжной лексики можно выделить слова:

устаревшие слова: *дозор* (ср.: *сняли немецкий дозор*), *побоище* (ср.: *всюду следы жестокого побоища*), *стан* (*наши снаряды с пронзительным свистом полетели в стан врага*);

экзотизмы: *капут* (*Гитлер капут!*);

поэтическую лексику: *явь войны* (*неприкрытая явь войны*), *отпрянуть* в значении «отступить» (ср.: *немцы отпрянули*).

Бесспорно, что бóльшая часть публицистов изображала немецких захватчиков только в качестве злодеев, так как русский народ вел освободительную войну.

²⁸ Д.Самойлов «Перебирая наши даты». – М.: ВАГРИУС, 2000

²⁹ Серкина В. Н. Лексика Великой отечественной войны: семантический и словообразовательный аспекты // Война в контексте мировой культуры. The War in the Context of World Culture: сборник научных статей / под общ. ред. Е. В. Гайнутдиновой. Астрахань: Изд-во АГТУ, 2015. С. 126-131.

Немаловажную роль в описании играет звуковой символизм: при описании стати и мощи советских бойцов твердые согласные, часто звонкие (взрывные) сочетаются с дрожащим «р». Совершенно иные языковые средства применяются для описания немецких оккупантов. Здесь в большом количестве встречается низкая, ироничная и бранная лексика: *Это был немец. Фашист. Каждый из них чудище, урод*³⁰.

В публицистическом дискурсе эпохи Великой Отечественной войны наиболее ярко репрезентированы базовые эмоции сострадания и страха, любви и ненависти; языковой уровень выявляет глобальную антитезу самоотверженной любви к социалистической родине и беспощадной ненависти к фашистским захватчикам.

Формирование эмоционально-экспрессивной сферы семантического поля «враг, фашистские захватчики» в дискурсе военных передовиц происходит с помощью богатой палитры экспрессивов. В большом объеме используются оценочные номинативы: *фашистский грабитель, германские палачи, стервятники, фашистские разбойники, полчища, варвары, захватчики; нелепость немецкой теории сезонной стратегии* и др.

Многочисленные ситуативные экспрессивы: *фашистские людоеды, фашистская орда*; яркой экспрессией обладают окказионализмы: *группенмерзавец, обергруппенмерзавец*; часто встречаются традиционные экспрессивы, нередко с различными изменениями, например: *калифы на час*; экспрессивы выступают в качестве приложений: *от генерала-бандита до ефрейтора-бандита, немцы-преступники, немец-зверь*.

Для того, чтобы подчеркнуть единую позицию всего советского народа, нередко приводится высказывание того или иного конкретного лица, в первую очередь вождя, которое также крайне наполнено экспрессивными словами. Например: *«Наш народ не простит этих преступлений немецким извергам. Мы*

³⁰ Коммунист. 1943. 31 октября.

заставим немецких преступников держать ответ за все их злодеяния!» – так сказал товарищ Сталин³¹.

Каждая отдельно взятая передовая статья является гармонически организованным содержательно-композиционно-языковым единством, в котором появляется большое количество экспрессивов синонимического характера, многие из этих экспрессивов повторяются. Например, в статье «Смерть фашистским мерзавцам!» номинация *палачи* употреблена 10 раз, словосочетание *немецко-фашистские мерзавцы* – 5 раз, в следующем синонимическом ряду: *фашистские палачи, немецко-фашистские мерзавцы, немецкие изверги, немецкие преступники, палачи высшего ранга, бездушные палачи, изошренные садисты, кадры палачей, кровавый главарь, бездушные палачи, уголовные преступники, кровавые бандиты, гитлеровская банда, эти палачи, фашистские мерзавцы, немцы-звери, от генерала-бандита до ефрейтора-бандита, бандитская клика, презренные преступники.*

Приведем еще одну синонимическую парадигму из другой статьи «Зверства фашистских изуверов»³²:

неслыханные злодеяния, страшные злодеяния, жестокие побои, массовые убийства, замученные насмерть, нечеловеческие пытки и побои, зверские истязания, зверские преступления, разбойничье-людоедская политика истребления, неистовые зверства, садистские эксцессы, бандитское надругательство, фашистское поправление, морившие голодом в лагерях смерти.

Если сопоставить данные номинации со словарями синонимов, то обнаруживается расширение синонимических рядов на уровне текста:

Палач – преступник – изверг – уголовный преступник – зверь – садист – бандит;

Злодеяния – преступления – убийства – побои – пытки – мучения – истязания – зверство – истребление – надругательство – эксцессы – издевательства – поправление – лагеря смерти.

³¹ Коммунист. 1943. 10 сентября.

³² Коммунист. 1943. 22 июля.

Что касается описания врага, то по отношению к нему максимально ярко представлен спектр таких не выявляемых обычно оттенков проявления речевых эмоций, как враждебность, гнев, ярость, ненависть, непримиримость, негодование, возмущение, ожесточение, неистовство, озлобление, исступление и др.³³.

В целом в газетах военного периода очень много экспрессивно-окрашенной лексики, которая направляла восприятие информации читательской аудитории и расставляла акценты в сознании советского народа. Газеты стимулировали проявление таких базовых эмоций, как любовь и ненависть, сострадание и страх, и мобилизовали массы на самоотверженную борьбу с врагом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ материалов общественно-политической тематики времен второй мировой войны русскоязычных и немецкоязычных СМИ позволяет отметить, что для формирования положительного или отрицательного мнения о том или ином событии активно используются языковые средства выражения оценки.

Наиболее распространенной языковой особенностью публицистического стиля являются языковые штампы. Публицистические штампы имеют двойную природу. С одной стороны, это устойчивые словосочетания, близкие официально-деловым клише («das trifft ins Schwarze (в яблочко)», «Das kommt nicht in Betracht (это не принимается во внимание)», «das geht auf keinen Fall (ни в коем случае)»). Многие из них являются перифразами, к ним можно подобрать однословные нейтральные синонимы («в яблочко» – «в точку», «угадывать»; «не принимать во внимание» – «не обращать внимание», «забыть»). Большинство этих фразеологизмов имеет устную природу; они появляются в текстах наряду с разговорной лексикой. Штампы также принято называть языковыми стандартами, которые в свою очередь помогают автору легко и

³³ Ионова С. В. Эмотивность текста как лингвистическая проблема: дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 1998. 197 с.

доступно переложить информацию на газетный язык, тем самым сделав ее легко воспринимаемой для читателя.

Важнейшим моментом является наличие в его системе лексико-фразеологических единиц, имеющих двойную стилистическую окрашенность (газетно-публицистическая функционально-стилевая окраска и эмоционально-оценочная) Например: садиться на мель - попадать в очень затруднительное положение или в немецком *in die Pátsche geráten*. Подобные лексико-фразеологические средства составляют набор тех стандартизованных единиц, употребление которых позволяет быстро, экономными средствами достичь понимания авторской мысли массовым читателем.

Многие слова приобретают окраску газетно-публицистического стиля при употреблении в переносном смысле. Например: *kopfloze Arbeit* – бессмысленная работа, *Schädigungsarbeit als Folge der Klassenblindheit* – вредительство как следствие классовой слепоты, «логово зверя», «стервятники» - в русском.

В области словообразования для газетно-публицистического стиля характерно широкое использование префиксов и суффиксов. Например: *Untermensch* – недочеловек, *Gegner* - противник, *Judlein* – жидок, еврейшко, *vernichten* - уничтожить, *artfremd* – чуждый расе, в немецком; грабитель, разбойник, гитлеровец, всыпать, погнать, – в русском.

Газетно-публицистический стиль часто применяет субстантивированные прилагательные с отвлеченным значением, которые преимущественно используются в заголовках. Например: *Fremdrassige* - дегенерат, *Halbwilde* - полудикарь, в немецком; бронебойный, фланговый – в русском.

Необходимая газетно-публицистическому стилю экспрессия выражается с помощью создания устойчивых словосочетаний, например: *der Abschaum der Menschheit* – отбросы человечества (о евреях), *Stadt des Todes* – город смерти (о Ленинграде) в немецком, министр лжи (о Геббельсе), Гитлер капут – в русском.

В проведенном исследовании мы также рассматривали функции газетного заголовка. Важной и неотъемлемой частью любого газетного текста являются газетные заголовки. Заглавие представляет собой первоначальное информирование читателя о тексте, статье, публикации. Он носит в себе содержательный элемент, краткую информацию с ноткой недосказанности, хотя в то же время его информативные возможности весьма и весьма велики. Заголовок способен обозначать всю тему в буквально нескольких словах. Здесь уже вступают в ход средства лексики, синтаксиса, морфологии и фонетики. В заголовках наблюдается большое количество устойчивых выражений, фразеологизмов, обиходно-повседневных фраз, историзмов и неологизмов. Например:

Das militärische Ende des Bolschewismus. - Völkischer Beobachter, 10. Oktober 1941.

Der Terrorangriff auf Berlin. - Völkischer Beobachter, 4. Februar 1945.

Советский народ раздавит фашистских псов. – Правда, 23 июня 1941,

Новые «испражнения души» Геббельса - Правда, 24 октября 1942 года.

Помимо газетных заглавий, в качестве важной составляющей газетных страниц следует отметить и сокращения, или, как их принято называть, аббревиатуры. Аббревиатуры заслуживают внимание исследователей, поскольку являются важным средством донесения информации до читателя при помощи нескольких букв. Подобный способ передачи информации является достаточно удобным, при этом он затрагивает минимум словесных знаков. Например, Ami - америкашки, Russbestien - русские, Gruppenmerzaveц.

Оценочность в газетных текстах и в русском, и в немецком выражается прежде всего в лексике: в сравнительно большой частоте качественно-оценочных по семантике прилагательных и существительных, в характере метафоризации; в отборе фразеологии; в особенностях использования синтаксических средств. Именно открытой оценочностью, явным выражением партийной, общественной или иной позиции автора публицистический стиль

отличается от художественного, и именно в этой черте видятся важная примета и свойство публицистичности стиля.

Взаимодействие стран, государств, народов неизбежно ведет к формированию определенных представлений друг о друге, которые тем ярче, отчетливее и детальнее, чем более масштабны, разносторонни и интенсивны контакты. Чем больше объективных противоречий между государствами и их народами, чем более напряженны их отношения, тем больше в этих представлениях накапливается негативного, которое, актуализируясь в конфликтных ситуациях (даже необязательно военных), перерастает в образ врага. Пропаганда тяготеет к упрощению и созданию двухмерной картины мира, не допуская множества вариантов. На этих же принципах построена технология создания образа врага.

Список литературы

1. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. М.-Р. н/Д.: МарТ. 2003. С. 3.
2. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / вступ. ст. Н.Д. Арутюновой, И.И. Чельшевой. М.: КомКнига, 2006. 280 с.
3. Иванова Г.Ф. Оценка в ментальной сфере языка. // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. Вып. 3-II / 2007. С. 146-147.
4. Ильина Н.В. Структура и семантика оценочных конструкций. М.: Русский язык, 1982. 84 с., .
5. Ионова С. В. Эмотивность текста как лингвистическая проблема: дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 1998. 197 с.
6. Клемперер В. ЛТИ: Язык Третьего Рейха: Записки филолога. – М., 1998.
7. Самойлов Д. «Перебирая наши даты». – М.: ВАГРИУС, 2000
8. Серкина В. Н. Лексика Великой отечественной войны: семантический и словообразовательный аспекты // Война в контексте мировой культуры. The War in the Context of World Culture: сборник научных статей / под общ. ред.Е. В. Гайнутдиновой. Астрахань: Изд-во АГТУ, 2015. С. 126-131.

9. Скворцова Е. В. Лексико-семантические аспекты асимметрии положительной и отрицательной зон оценки (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2012. 20 с.
10. Соловьева О. Н. О некоторых аспектах оценки в современном русском языке // Вестник ОГУ. 2014. № 4 (165). С. 259-263.
11. Шаховский В.И. Проблема разграничения экспрессивности и эмо-тивности как семантической категории лингвистики // Проблемы семасиологии и лингвистики. - Вып. 2. - Рязань: РГПУ 1975. - С. 3-25.

Список источников:

1. Коммунист. 1943. 10 сентября.
2. Коммунист. 1943. 22 июля.
3. Коммунист. 1943. 31 октября.
4. «Красная звезда» 1.07.1941
5. «Красная звезда» №154, 3 июля 1941 года
6. «Красная звезда» №174, 26 июля 1941 года
7. «Красная звезда». – 17.12.1944, №297
8. «Красная звезда». – 23.12.1944, №302
9. «Красная звезда». – 25.01.1945, №20
10. «Красная звезда». – 4.01.1945, №3
11. «Правда» №192, 13 июля 1941 года
12. «Правда» №200, 21 июля 1941 года
13. «Правда» №208, 30 августа 1944 года
14. «Правда» №304, 20 декабря 1944 года
15. Der Stürmer, 1941. Juli, 10. №23. S.3.
16. Der Stürmer, 1941. Juni, 5. №23. S. 4.,
17. Der Stürmer, 1941. Januar, 16. №3. S: 3.,
18. Völkischer Beobachter, 1941. Juni, 23. №174, S. 1.
19. Völkischer Beobachter, 1942. August, 1. №213. - S. 1.
20. Völkischer Beobachter, 1945. April, 10. №85. S. 1.
21. Völkischer Beobachter, 1945. April, 7. №83. S. 1.,