

## КОНЦЕПТ ПРОПАГАНДА / PROPAGANDA В КОНЦЕПТУАЛЬНИХ КАРТИНАХ ТОТАЛІТАРНИХ СВІТІВ НАЦІОНАЛ-СОЦІАЛІЗМУ І КОМУНІЗМУ (НА МАТЕРІАЛІ РОСІЙСЬКОЇ І НІМЕЦЬКОЇ МОВ)

*Предметом дослідження* цієї розвідки є семантичне наповнення концепту ПРОПАГАНДА / PROPAGANDA у німецьких і російських політико-ідеологічних текстах тоталітарних партій – націонал-соціалістичної німецької робітничої партії (НСДАП) і комуністичної партії Радянського Союзу (КПРС). Текстовий масив мов обох партій охоплює як акратичні періоди їхнього функціонування, так і часи, коли НСДАП і КПРС перебували у владі, для НСДАП роки 1919–1945, для КПРС – 1903-1991. Відповідні лінгвальні одиниці в німецькій та російській мовах на позначення концепту ПРОПАГАНДА / PROPAGANDA належать до тематичного поля лексем, які створюють понятійні структури націонал-соціалістичної і комуністичної ідеологій. Вказані лексеми також беруть участь в утворенні фрагментів концептуальних і мовних картин тоталітарних світів.

*Мета дослідження* полягає в тому, щоб дослідити ставлення провідних тоталітарних ідеологій до концепту ПРОПАГАНДА / PROPAGANDA, значущість цього концепту в концептуальній системі тоталітаризму і на цій основі виявити специфічні особливості семантичного наповнення досліджуваного концепту в мовах НСДАП і КПРС. *Результати досліджень* можуть слугувати необхідним підґрунтям для опису концептуальних і мовних картин тоталітарних світів націонал-соціалізму і комунізму.

Етимологія слів-інтернаціоналізмів *Propaganda / пропаганда* відповідно до деяких лінгвістичних джерел бере початок з першої половини XVII століття. Лексеми ведуть своє походження з італійських сполучень *Congregatio de Propaganda fide* (1622) [9] і *Collegium de Propaganda fide* (1627) [4].

Протягом практично двохста років лексема *Propaganda / пропаганда* мала статус церковного терміну. У XIX столітті в контексті соціальних революцій слово увійшло в світський обіг і розширило свій семантичний обсяг, набувши узагальнювального значення. Впродовж сторіччя мовний знак *Propaganda* використовувався як синонім до слова *Reklame*. У 1923 році здійснено спроби розмежувати два поняття на підставі критерію кінцевої мети.

*Totalitäre Propaganda ist eine Beeinflussungsmethode, die von einem Propagandatreibenden, der die ganze Macht über sämtliche politischen und sozialen Bereiche in einem Staat erlangt hat, im Einklang mit dem Terror mittels einer zentralistisch aufgebauten Propagandaorganisation eingesetzt wird, damit mit werblichen Mitteln das Ziel der Bewußtseinsumbildung und Gleichschaltung aller Köpfe erreicht, dadurch auf der Grundlage bestimmter willkürlicher Annahmen der Umworbene ideologisch überwältigt wird und zum passiven Medium des Propagandatreibenden herabsinkt.*

*Politische Werbung ist eine Beeinflussungsmethode, die es den auf den politischen Raum einwirkenden Gruppen ermöglicht, ohne Gewalt und ohne die Möglichkeit einer Bewußtseinsumbildung im freien Wettbewerbskampf ihre an Einzelinteressen oder am Gemeinwohl orientierten vielfältigen Ansichten, Ideen und Ziele den Umworbene in willensbewegender Form so mitzuteilen, daß die von dem Werbungtreibenden beabsichtigten Wirkungen sich einstellen und die Gruppen am politischen Willensbildungsprozeß mitbeteiligt werden, wodurch sie in die Lage versetzt werden den politischen Machtprozeß zu kommentieren, mitzubeeinflussen und zu kontrollieren [9 :189-190].*

*Тоталітарна пропаганда – це метод впливу, який застосовує у відповідності з терором за допомогою централізовано організованої пропаганди досягий володарювання над усіма політичними й соціальними сферами в державі пропагандист, щоб вербувальними засобами набути зміни загального стану суспільної свідомості й приєднання до єдиної ідеології усіх індивідуальних свідомостей. Таким чином, людина, яку ідеологічно перевербовують, перемагається на підставі певних свавільних прийомів і опускається до пасивного медіума пропагандиста.*

*Політична реклама – це метод впливу, який уможливорює групам. Діючим на політичному просторі, без насильства і можливості змінювати загальний стан суспільної свідомості, у вільній конкурентній боротьбі повідомляти про свої погляди, ідеї й цілі, спрямовані на окремі інтереси, чи загальне благо, щоб передбачені ефекти рекламодавця налаштували політ-групи на участь у процесі створення політичної волі. У такий спосіб їм надається можливість коментувати, впливати й контролювати політичний процес утворення влади.*

Реклама є видом комерційної діяльності (вербування) і вона переслідує приватний або груповий інтерес. Пропаганда покликана впроваджувати в життя інтелектуальні і моральні цінності, керуючись критерієм користі й блага для всієї спільноти. Пропаганда ставить собі за мету домогтися зміни загального стану свідомості (*Bewußtseinumbildung*). Якщо мета зміни стану свідомості відсутня, то в цьому випадку йдеться про просте інформування.

Досліджуючи семантичний план лексем *propaganda / Propaganda*, вважаємо за доцільне зіставити ці лексеми в семантичному ланцюзі російських і німецьких слів *propaganda / Propaganda – агітація / Agitation – реклама / Werbung – інформування / Informierung*. Семантичне розмежування мовних знаків проводиться за наведеними в таблиці показниками.

<i>propaganda Propaganda</i>	<i>реклама Werbung</i>	<i>інформація Informierung</i>	<i>агітація /Agitation</i>
1. призначення			
1. вербування	1. вербування	1. пропозиція	1. вербування
2. інтерес			
2. загальний, державний	2. приватний, груповий	2. загальний, суспільний	2. приватний, груповий
3. мета			
3. виховання, зміна загального стану свідомості, <i>Bewußtseinumbildung</i> , уніфікація ( <i>Gleichschaltung</i> ) ідеологічна перемога ( <i>ideologische Überwältigung</i> )	3. завоювання симпатій адресата, пробудження інтересу й активності, формування волі ( <i>politischer Willensbildungsprozeß</i> )	3. поширення потрібних для суспільства повідомлень	3. підбурення до акцій протесту.
4. спрямованість			
4. суцільна	4. індивідуально-групова	4. загальна з урахуванням особливостей інформантів	4. суцільна
5. рівень			
5. теоретичний, вищий ніж в агітації	5. практичний	5. теоретичний, практичний	5. практичний примітивізований
6. предмет			
6. моральні, інтелектуальні ідеї	6. думки, ідеї, цілі	6. події, факти, думки, їхня оцінка	6. гасла, думки в спрощеному вигляді

У тоталітарних мовах НСДАП і КППС слова *propaganda – Propaganda* посідають провідне місце і відіграють важливу роль як інструменти політичної й ідеологічної діяльності. У німецьких словниках, що їх було видано у період Третьої імперії, – Duden, Sprach-Brockhaus, Hoffmann – слово *Propaganda* подається як синонім до слова *реклама* (*Werbung, Werbetätigkeit*). Разом з тим, у кожному зі словників лексема *Propaganda* помічена диференційними ознаками. Так, якщо в 10-му виданні словника Duden (1929) *Propaganda* трактується як інституція римсько-католицької церкви для поширення католицької віри і як вербування (*römische Anstalt zur Verbreitung des katholischen Glaubens, Werbung*), то в 11-му виданні (1934) посилення на етимологію є відсутнім і лексема *Propaganda* інтерпретовано як комплекс організаційних заходів щодо поширення певних учень, думок, політичних вимог, і як вербування, вербувальна діяльність (*Maßregel oder Veranstaltung zur Verbreitung gewisser Lehren, Meinungen, politischer Forderungen usw., Werbung, Werbetätigkeit*) [8: 203].

Словник Hoffmann 1936 (10 видання) і 1942 (11 видання) уточнює, що поширення певних вчень і т.п. відбувається у боротьбі проти неправди і чужого впливу (*die Verbreitung gewisser Lehren usw., im Kampf gegen Lüge und fremden Wettbewerb, Werbetätigkeit*). У дванадцятому виданні Duden нову диференційну сему пропаганди відзначено як засіб політичного керування шляхом рекламування і просвіти (*politisches Führungsmittel durch Werbung und Aufklärung*) [8: 203].

Схоже формулювання містить Meyers-Lexikon:

*"Ein politisches Führungsmittel, mit dessen Hilfe eine geschlossene Ausrichtung des Volkes in allen politischen Fragen sichergestellt ist [7: 1508].*

*Політичний засіб керівництва за допомогою якого гарантується згуртована налаштованість народу до всіх політичних питань.*

Sprach-Brockhaus 1940 (4 видання) надає ще одну інтерпретацію лексеми *Propaganda* як діяльності політика, якій бажає здійснювати ідеї, або поширювати і обґрунтовувати заходи (*Tätigkeit des Politikers, der Ideen durchsetzen oder Maßnahmen verbreiten oder begründen will*).

Диференційні ознаки лексеми *Propaganda* у лінгвістичних словниках, виданих на початку 40-х років у Німеччині, зазнали, на наш погляд, побічного впливу думок вождя НСДАП щодо цього виду діяльності. Вони викладені в його фундаментальній книзі "Моя боротьба" і, що впадає у вічі, виклад цих думок вільний від стилістичних фігур і подається у формі сухої директиви. Місце пропаганди, як різновиду людської

діяльності взагалі, Гітлер відводить не в сфері наук, як це робить колективний пропагандист КППРС, а в царині мистецтв.

“Propaganda aber ist so wenig Wissenschaft ihrem Inhalte nach, wie etwa ein Plakat Kunst ist in seiner Darstellung an sich” [6: 196].

“Die Aufgabe der Propaganda liegt nicht in einer wissenschaftlichen Ausbildung des einzelnen, sondern in einem Hinweisen der Masse auf bestimmte Tatsachen, Vorgänge, Notwendigkeiten usw., deren Bedeutung dadurch in den Gesichtskreis der Masse gerückt werden soll.

*Die Kunst liegt nun ausschließlich darin, dies in so vorzüglicher Weise zu tun, daß eine allgemeine Überzeugung von der Wirklichkeit einer Tatsache, der Notwendigkeit eines Vorganges, der Richtigkeit von etwas Notwendigem usw. entsteht”* [6: 197].

“Je bescheidener dann ihr wissenschaftlicher Ballast ist, und je mehr sie ausschließlich auf das Fühlen der Masse Rücksicht nimmt, um so durchschlagender der Erfolg. Dieser ist der beste Beweis für die Richtigkeit oder Unrichtigkeit einer Propaganda und nicht die gelungene Befriedigung einiger Gelehrter oder ästhetischer Jünglinge [6: 198].

Пропагандистська робота тісно переплетена з організаційною, їхні завдання і функції є чітко визначеними.

*“Die erste Aufgabe der Propaganda ist die Gewinnung von Menschen für die spätere Organisation; die erste Aufgabe der Organisation ist die Gewinnung von Menschen zur Fortführung der Propaganda. Die zweite Aufgabe der Propaganda ist die Zersetzung des bestehenden Zustandes und die Durchsetzung dieses Zustandes mit der neuen Lehre, während die zweite Aufgabe der Organisation der Kampf um die Macht sein muß um durch sie den endgültigen Erfolg der Lehre zu erreichen”*. [6: 654].

Найважливішою характеристикою пропаганди А. Гітлер вважає популярність (Volkstümlichkeit):

*“Jede Propaganda hat volkstümlich zu sein und ihr geistiges Niveau einzustellen nach der Aufnahmefähigkeit des Beschränktesten unter denen, an die sie sich zu richten gedenkt.”* [6: 197].

Гітлерівські теоретичні засади про пропаганду втілює на практиці його соратник, міністр пропаганди Й. Геббельс. Так, наприклад, його виступ на масовому мітингу з теми пропаганди витримано ним у суворій відповідності до вказівки А. Гітлера про популярність (Volkstümlichkeit). Стиль виступу примітивно простий, орієнтований на пересічну, “масову людину”; разом з тим, завдання цього примітивізму полягає в тому, щоб викликати в реципієнта (народній масі) беззастережне схвалення всієї діяльності, що її проводить партія. У мовному плані закріплюються позитивні конотації слова *Propaganda* в масовій свідомості. Схвальний сміх і оплески, що виникають у народної маси на виступ міністра, є тому підтвердженням:

*“...dann haben sie sich über unsere Propaganda alteriert, sie wäre zu primitiv, so primitiv und so plump vertraulich, das wäre vertraulich, das wäre doch keine Propaganda für die Gebildeten. Ewig dieses Wiederholen, das hängt uns ja zum Halse raus, sagen Sie doch mal was Neues. Wieso soll man was Neues sagen, wenn das Alte gut genug ist (Gelächter). Wie komme ich dazu, das Alte zu verschweigen, wenn es noch nicht alle verstanden haben. Ich sage das Alte so lange, bis der Letzte, der Dümmste nickt und sagt: Jetzt hab ich's kapiert!”* (Gelächter, Beifall) [Goebbels, цит. за: Fischer u.a. 1987: 323].

*“Пропаганда за своїм змістом так мало схожа на науку як плакат за своїм вираженням на мистецтво”*.

*“Завдання пропаганди полягає не в науковому освіченні окремої людини, а у зверненні уваги маси народу на певні факти, процеси, необхідності й т.п., значущість яких зосереджується у полі зору маси”*.

*“ Це мистецтво полягає винятково в тім, щоб зробити це так чудово, щоб виникла загальна переконаність у дійсності факту, необхідності процесу, правильності чогось необхідного”*.

*“ Чим скромніше її [пропаганди] науковий баласт і чим більше вона враховує суто почуття маси, тім більш вражаючим є результат. Це є найкращий доказ правильності чи неправильності пропаганди, а не вдале задоволення окремих вчених, або естетів-молокососів”*.

*“ Першим завданням пропаганди є залучення людей для їхньої подальшої організації, перше завдання організації – це залучення людей для продовження пропаганди. Друге завдання пропаганди – дезорганізація існуючого стану і просочення цього стану новим вченням, у той час як другим завданням організації має бути боротьба за владу, щоб завдяки їй досягти остаточного успіху вчення”*.

*“Будь яка пропаганда має бути популярною і налаштовувати свій духовний рівень до здібності сприйняття найбільш доступного на розум серед тих, на кого вона має бути спрямована”*.

*“...потім вони драгувалися з приводу нашої пропаганди, що вона дуже примітивна, така примітивна. І така заяложена й фамільярна, це не пропаганда для освічених. Постійно це повторення, нам це набридло, скажіть щось нове. Для чого казати щось нове, якщо старе це достатньо добре (сміх). Як я можу замовчувати старе, коли його ще не всі зрозуміли. Я буду казати про старе так довго, поки самий останній найдурніший кивне й скаже: Зараз я втямив (сміх, оплески)”*

Повним контрастом попередньому виступу виявляється промова Й. Геббельса на партійному з'їзді в 1934 році, яка витримана в пишномовному стилі. Призначення пишномовності, як і примітивізму, полягає в додавання лексеми *Propaganda* позитивного конотативного заряду.

"Möge die helle Flamme unserer Begeisterung niemals zum Erlöschen kommen, sie allein gibt auch der schöpferischen Kunst einer modernen politischen Propaganda Licht und Wärme. Aus den Tiefen des Volkes stieg sie empor, und zu Tiefen des Volkes muß sie immer wieder herniedersteigen, um dort ihre Wurzeln zu suchen und ihre Kraft zu finden. Es mag gut sein, Macht zu besitzen, die auf Gewehren ruht, besser aber und beglückender ist es, das Herz eines Volkes zu gewinnen und es auch zu behalten (Beifall)." [Goebbels цит. за: 5: 317].

В мові НСДАП *Propaganda* набуває відповідно до дефініції словника Meyers-Lexikon такого значення: "Ein politisches Führungsmittel, mit dessen Hilfe eine geschlossene Ausrichtung des Volkes in allen politischen Fragen sichergestellt ist." [7: 1508].

"Хай не загасне яскраве полум'я нашого натхнення, лише воно дає творчому мистецтву сучасної політичної пропаганди світло й тепло. З народних глибин воно випливає і постійно, знову й знову поринає в них у пошуках своїх коренів, щоб почерпнути нових сил. Здається, добре мати владу, яка спирається на зброю, але більше щастя – залучити і зберегти серце народу (оплески)".

Використання мовного знака *Propaganda* строго регламентують вказівки тоталітарного режиму для державної преси. Слово взято під юридичний захист, що забороняє його вживання в оточенні пейоративних лінгвальних знаків. Примітною особливістю лексеми *Propaganda* є її практично нульова сполучуваність зі словом *Agitation*. У мові НСДАП типовою є дихотомія *Propaganda – Organisation* (див. вище цитату з «Моеї боротьби»), на відміну від типової дихотомії *пропаганда – агітація* в мові КПРС. Причина нульової сполучуваності пояснюється відповідними партійними вказівками.

"Es wird gebeten, das Wort 'Propaganda' nicht mißbrüchlich zu verwenden. Propaganda ist im Sinne des neuen Staates gewissermaßen ein gesetzlich geschützter Begriff und soll nicht für abfällige Dinge Verwendung finden. Es gibt also keine 'Greuelpropaganda', keine 'bolschewistische Propaganda', sondern nur eine Greuelhetze, Greuelagitation, Greuelkampagne u.s.w., kurzum – Propaganda nur dann, wenn für uns, Hetze, wenn gegen uns." [4: 150-151].

"Прохання не зловживати словом 'Propaganda'. Пропаганда в розумінні нової держави є певною мірою юридично захищеним поняттям і його не слід вживати для негативних речей. Немає, таким чином, ніякої огидної пропаганди, 'більшовицької пропаганди', а є огидне цькування, огидна агітація, огидна кампанія і т.п., коротше, пропаганда – лише тоді, коли за нас, а цькування – коли проти нас."

Позитивну конотацію цього слова обумовлено партійними вказівками та юридичним захистом концепту *Propaganda*. У мові НСДАП відзначено високу частотність уживання слова *Propaganda* з лексемою *Aufklärung: Volksaufklärung und Propaganda, Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*. У словотвірних процесах виникають такі композити: *Kulturpropaganda, Reichspropagandaministerium, Propagandakompanie, Propagandakompaniebericht, Propagandakompaniemann* (P-K-Mann).

У мові КПРС слово *пропаганда* виступає як своєрідний "суперечливий" мовний знак. На відміну від мови НСДАП, де місце слова *Propaganda* чітко визначено відповідним державним інститутом – міністерством пропаганди (*Propagandaministerium*), в мові КПРС слово *пропаганда* позначає як діяльність панівної партії, так і аналогічну діяльність ідеологічних опонентів. Російський лінгвальний знак *пропаганда* виступає як би в двох ракурсах, де його прагматичний, семантичний і синтактичний аспекти вкрай відмінні один від одного. Позитивне або негативне ставлення до слова *пропаганда* (прагматичний аспект) залежить від того, з яким референтом співвідноситься мовний знак. Лексема *пропаганда* буде завжди мати позитивний конотативний заряд, якщо слугує на позначення відповідної діяльності КПРС і навпаки, співвідношення мовної одиниці з пропагандистською діяльністю ідеологічних супротивників детермінуватиме негативний конотативний заряд слова *пропаганда*.

Для детального лінгвістичного опису вважаємо доцільним позначити ці ракурси як *пропаганда 1* і *пропаганда 2*. Під *пропагандою 1* розуміється пропаганда, яка проводиться самою КПРС, під *пропагандою 2* – пропаганда, що її проводить НСДАП. Для обох буде справедливим визначення, яке подає Радянський Енциклопедичний Словник: "*Пропаганда – распространение идей политических, философских, научных, художественных и др. в обществе в более узком смысле политическая или идеологическая пропаганда с целью формирования у масс определенного мировоззрения*" [2: 1081].

Після цього починаються кардинальні розбіжності.

"Буржуазная пропаганда – имеет целью навязывание массам ложных идей, теорий, необъективной информации, в интересах господствующих классов» [2: 1081].

"Коммунистическая пропаганда – научно обоснованная система духовной деятельности по распространению марксистско-ленинской идеологии и политики с целью просвещения, воспитания и организации масс, одно из средств руководства партией процессами революционной борьбы,

строительством социализма и коммунизма. Ее основные принципы: научность, партийность, конкретность, тесная связь с жизнью, единство пропагандистской и организационной работы». [2:1081].

У наборі диференційних сем *пропаганда 1* і *пропаганда 2* практично не виявляють точок дотику при наявності спільних ідентифікувальних сем [I. - поширення (ідей, думок) і II. формування (світогляду)]. Якщо *пропаганда 1* базується на “науковості” й “об’єктивності”, то *пропаганда 2*, на думку комуністів, наскрізь брехлива й упереджена. Предметом *пропаганди 1* служать цінності, предметом *пропаганди 2* – антицінності. Якщо головний метод, покладений в основу *пропаганди 1*, полягає в роз’ясненні (глибокому і терпеливому), то *пропаганда 2* маніпулює суспільною свідомістю. Цілі, які переслідує *пропаганда 1*, – освіта, виховання й організація (мас); *пропаганда 2* нав’язує свої ідеї шляхом “промивання мизків” і налаштовує маси проти світового поступу.

<u>пропаганда 1</u>	<u>пропаганда 2</u>
1. науковість	1. хибність
2. об’єктивність	2. упередженість
3. цінності	3. антицінності
4. освіта	4. нав’ювання
5. виховання	5. ”промивання мизків”
6. організація (мас)	6. конфронтація
7. роз’яснювання	7. маніпулювання

Якщо цю сукупність бінарних опозицій екстраполювати в мову НСДАП, то вони виявляються цілком сумісними при заміні “*пропаганда 1* на *Propaganda*, а *пропаганда 2* на *Greuelhetze*. Розбіжність буде спостерігатись мабуть лише в першому пункті з тієї причини, що А. Гітлер відносить пропаганду як людську діяльність не до сфери науки, а до царини мистецтв. Різний підхід тоталітарних режимів до мовних знаків зумовив їхню семантичну роздвоєність, а також особливості їхньої сполучуваності й словотвору. З російською мовною одиницею *пропаганда* в мові КПРС трапляються узгоджені атрибутивні сполучення (Ad + Nom). У прагматичному аспекті вони поділяються на дві рівні групи з протилежним конотативним зарядом, який викликаний згаданою вище семантичною роздвоєністю. Конотативні заряди в обох групах експліковано в означувальних компонентах, які виконують функції характерізаторів (апрейзорів).

*Пропаганда 1* охоплює сукупність словосполучень з позитивною конотацією: *коммунистическая пропаганда, советская пропаганда, научно-атеистическая пропаганда, партийная пропаганда, большевистская пропаганда, марксистская пропаганда, социальная пропаганда*. Знак *пропаганда 2* об’єднує словосполучення з негативною конотацією: *антикоммунистическая пропаганда, антисоветская пропаганда, религиозная пропаганда, империалистическая пропаганда, буржуазная пропаганда, мелкобуржуазная пропаганда, американская пропаганда, враждебная пропаганда*.

Крім розглянутих вище складних одиниць у мові КПРС наявними є атрибутивні словосполучення, де узгодженим визначенням виявляються прикметники *пропагандистский, -ая, -ое*. У переважній більшості вони відзначені негативними конотативними зарядами, однак цей заряд зосереджено в означених компонентах – іменниках: *пропагандистский выпад, пропагандистский трюк, пропагандистское прикрытие, пропагандистский миф, пропагандистские издания, пропагандистские потуги*.

Цікавими є в плані змісту такі словосполучення: *пропагандистские службы, пропагандистский аппарат, пропагандистская машина, пропагандистские цели, пропагандистские усилия, пропагандистское влияние, пропагандистское оружие, пропагандистская кампания*. Іменники, означені компоненти словосполучень, є стилістично нейтральними, однак, з’єднуючись з ад’єктивами *пропагандистский, -ая, -ое*, вони створюють тематичну групу “діяльність ідеологічних опонентів”. Присутній тут імпліцитно негативний конотативний заряд розгортається лише в розширеному мовному контексті: “...выросла активность **пропагандистских средств** классового противника, усилились его попытки оказывать разлагающее воздействие...” [1: 75]; *с другой стороны активизируется деятельность американских **пропагандистских служб**, которая направлена против СССР и других стран социалистического сотрудничества, против сил мира, демократии и социального прогресса во всем мире.*; “*В арсенале **пропагандистского оружия** – идеологические диверсии против стран социализма фальсификация фактов, грубые инсинуации, тенденциозное освещение событий, клевета, полуправда и откровенная ложь*”. [3: 158]; “*Характерно, что даже уотергейтский скандал, ставший свидетельством коррупции и махинаций в самых высших эшелонах государственной власти США и вызвавший острейший внутривосточный кризис в стране, **пропагандистская машина** США сумела использовать для прославления “американской демократии”* [3: 167]; “*Многие новые понятия, возникшие на арене общественной борьбы, не сразу получают четкое, научное определение, что позволяет буржуазным манипуляторам общественного мнения использовать их в своих **пропагандистских целях***” [3: 171 - У всіх цитатах жирний курсів мій, Б.Г.].

Органи пропаганди радянської тоталітарної держави уникають іменувати свої організаційні структури мовними одиницями “*пропагандистская машина*”, “*пропагандистский аппарат*”, “*пропагандистские службы*”. Для такої номінації в мові КПРС існують назви “*отдел пропаганды ЦК КПСС*”, “*отдел пропаганды обкома (крайкома) КПСС*” та ін. Непопулярними є лексеми “*усилия*”, “*воздействие*”, “*оружие*”, “*кампания*” у сполучанні з прикметниками “*пропагандистский, -ая, -ое*.” Для загальної характеристики радянської пропагандистської діяльності мова КПРС використовує словосполучення з родовим відмінком, які позначають конкретний вид пропагандистських дій: *пропаганда преимуществ*

социализма и коммунизма, пропаганда научного мировоззрения, пропаганда достижений, пропаганда советского образа жизни, пропаганда научных знаний, пропаганда советского киноискусства.

Отже, проведений аналіз змістового наповнення концепту *ПРОПАГАНДА / PROPAGANDA* в мовах тоталітарних партій НСДАП і КПРС дає підстави зробити такі висновки:

1. Стан тотальної ідеологізованості націонал-соціалістичного й комуністичного суспільств робить необхідною перманентну діяльність з метою підтримки цього ідеологічного стану, тобто, пропаганду.

2. Пропаганда – вербувальна діяльність, яка полягає в поширенні моральних, інтелектуальних ідей, відбиваючих загальний державний інтерес з метою зміни стану суспільної свідомості та ідеологічної перемоги, що проводиться на теоретичному рівні і має суцільну спрямованість.

3. Концепт *PROPAGANDA* належить в концептосфері націонал-соціалізму до групи концептів з позитивною конотацією. Беззаперечна позитивна конотація концепту забезпечується тим, що націонал-соціалізм дбає про його ідеологічну чистоту.

4. У комуністичній ідеології концепт *ПРОПАГАНДА* набуває репутації «суперечливого» концепту. Така репутація викликана зі свого боку суперечливим ставленням КПРС до пропаганди як суспільної діяльності. Наслідком такого ставлення виявляється семантична роздвоєність концепту (*пропаганда 1* та *пропаганда 2*).

### Список використаних джерел

1. Материалы XXVI съезда КПСС. – М.: Политическая литература, 1981.
2. Советский Энциклопедический Словарь / науч. ред. совет: А.М. Прохоров (пред.) и др. – М.: Советская Энциклопедия, 1984. – 1600 с.
3. Язык и идеология. Критика идеалистических концепций функционирования и развития языка / Андрей Белецкий, Инна Борисенко и др. [под ред. Ю.А. Жлуктенко] – К.: Изд-во при Киевском гос. ун-те издательского объединения “Вища школа”, 1981. – 242 с.
4. Berning C. Vom Abstammungsnachweis bis zum Zuchtwart. Wortschatz des Nationalsozialismus / Cornelia Berning. – Berlin: Walter de Gruyter, 1964. – 225 S.
5. Der Nationalsozialismus. 12 dunkle Jahre deutscher Geschichte / [M. Fischer, S. Hügli, B. Ischi, D. Schürer]. – Bonn: Inter Nationes, 1975. – 343 S.
6. Hitler A. Mein Kampf. / Adolf Hitler. – München: Franz Eher Nachf. GmbH, 1939. – 782S.
7. Meyers Lexikon – [8. Aufl.] – Leipzig : Bibliographisches Institut – Bd.8. – 1940. – 1720 S.
8. Müller S. Sprachwörterbücher im Nationalsozialismus / Senja Müller. – Stuttgart: M. u P. Verlag für Wissenschaft und Forschung, 1994. – 299 S.
9. Schütte M. Politische Werbung und totalitäre Propaganda / M. Schütte – Düsseldorf; Wien: Econ-Verlag, 1968. – 237 S.

**Анотація.** У статті аналізується семантичне наповнення концепту *ПРОПАГАНДА / PROPAGANDA* в тоталітарних ідеологіях націонал-соціалізму і комунізму, репрезентантами яких виступають варіанти російської і німецької мов – мова НСДАП і мова КПРС. Поруч з цим розглядається прагматичний аспект плану змісту вказаного концепту.

**Summary.** This article deals with the semantics of the concept *ПРОПАГАНДА / PROPAGANDA* in the totalitarian ideologies of National-socialism and Communism, which are represented by such variants of Russian and German languages as NSDAP language and CPSU language. The pragmatic aspect of contents background of this concept is also regarded.

**Ключові слова:** мова НСДАП, мова КПРС, концепт, концептуальна картина тоталітарного світу, концептуальна система тоталітаризму.