

СОЦІО- ТА ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МАРКЕРИ ІМПЕРАТИВІВ У ТЕКСТАХ ПРОМОВ КЕРІВНИКІВ ІІІ РЕЙХУ ЯК ОЗНАКИ ІНМУТАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Олександр Холод

докт. філол. наук., проф. акад. МАНПО,
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
akholod@ukr.net

АНОТАЦІЯ. У статті автор аналізує соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів у промовах керівників ІІІ Рейху як ознаки інмутації соціальної реальності. До імперативів відносяться вимоги, накази та закони як загально значимі моральні приписи на протилежність особистісному принципу (за І. Кантом). Автор дослідження пропонує виокремлювати не тільки гіпотетичні й категоричні імперативи, але й у межах гіпотетичного імперативу – суспільні та побутові, у межах категоричного імперативу – соціально вмотивовані та духовно вмотивовані імперативи. Аналізуючи маркери імперативів у промовах керівників ІІІ Рейху (А. Гітлера, Й. Геббельса, Г. Геринга, Р. Гесса, В. Гросса, Р. Лея, Г. Шольц-Клинк, Ю. Штрейхера, автор класифікував їх (маркери) згідно із запропонованою подрібненістю та висунув гіпотезу про те, що семантична конфігурація імперативів, експлікованих у промовах керівників ІІІ Рейху, створила інмутацію соціальної реальності. Результати такої стали підґрунтям для подальшого існування, розвитку та занепаду ідей ІІІ Рейху.

У висновках автор дослідження пропонує конкретний класифікований перелік соціо- та психолінгвістичних маркерів імперативів, які були ідентифіковані у текстах промов керівників ІІІ Рейху і доводить гіпотезу про те, що такі маркери імперативів мали ознаки інмутації соціальної реальності.

Ключові слова: соціо- та психолінгвістичні маркери, імперативи, промова, інмутація соціальної реальності.

СОЦИО- И ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ИМПЕРАТИВОВ В ТЕКСТАХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ III РЕЙХА КАК ПРИЗНАКИ ИНМУТАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

АННОТАЦИЯ. В статье автор анализирует социо- и психолингвистические маркеры императивов в речах руководителей III Рейха как признаки инмутации социальной реальности.

К императивам относятся требования, приказы и законы как общезначимые моральные предписания в противоположность личностному принципу (по I. Канту). Автор исследования предлагает выделять не только гипотетические и категорические императивы, но и в пределах гипотетического императива – общественные и бытовые, в пределах категорического императива – социально мотивированные и духовно мотивированные императивы. Анализируя маркеры императивов в речах руководителей III Рейха (А. Гитлера, Й. Геббельса, Г. Геринга, Р. Гесса, В. Гросса, Р. Лея, Г. Шольц-Клинк, Ю. Штрейхера, автор классифицировал их (маркеры) согласно предложенной измельченной и выдвинул гипотезу о том, что семантическая конфигурация императивов, эксплицированных в речах руководителей III Рейха, создала инмутацию социальной реальности. Результаты такой инмутации стали почвой для дальнейшего существования, развития и упадка идей III Рейха.

В выводах автор исследования предлагает конкретный классифицированный перечень социо- и психолингвистических маркеров императивов, которые были идентифицированы в текстах речей руководителей III Рейха и доказывает гипотезу о том, что такие маркеры императивов имели признаки инмутации социальной реальности.

Ключевые слова: социо- и психолингвистические маркеры, императивы, речь, инмутация социальной реальности.

**SOCIO- AND PSYCHOLINGUISTIC MARKERS
OF THE IMPERATIVES IN TEXTS OF SPEECHES
OF THE III-rd REICH LEADERS AS SIGNS
OF SOCIAL REALITY INMUTATION**

ABSTRACT. In the article the author analyses the socio- and psycholinguistic markers of imperatives in the III-rd Reich leaders' speeches as signs of social reality inmutation. To the imperatives appertain requirements, orders and laws as the meaningful moral regulation in opposition to personal principle (after I. Канту). A research author suggests distinguishing not only hypothetical and categorical imperatives but also within the limits of hypothetical imperative – public and domestic, within the limits of categorical imperative – socially motivated and spiritually motivated imperatives. Analyzing the markers of imperatives in speeches of the III-rd Reich leaders (A. Hitler, J. Goebbels, G. Gering, V. Gross, G. Sholc-Klink, R. Leu, R. Hess, J. Shtracher the author classified them (markers) in obedience to offered ground up and suggested a hypothesis that semantic configuration of imperatives, explicated in speeches of the III-rd Reich leaders, created inmutation of social reality. The results of such inmutation became soil for further existence, development and decline of ideas of the III-rd Reich.

In conclusions the research author offers the concrete classified list of socio- and psycholinguistic markers of imperatives that were identified

in texts of speeches of the III-rd Reich leaders and proves a hypothesis that those markers of imperatives had signs of social reality inmutation.

Key words: *socio- and psycholinguistic markers, imperatives, speech, inmutation of social reality*

Вступ

Проблемою дослідження ми обрали відсутність знання про соціо- та психолінгвістичні маркері імперативів текстів оригінальних німецькомовних промов восьми керівників III Рейху як ознаки інмутації соціальної реальності. До початку дослідження ми не знали про те, що нині відсутня інша, аніж існуюча, кантівська класифікація імперативів на гіпотетичний та категоричний імперативи. Згадана лакуна у знаннях дала нам можливість додати й деталізувати диференціацію імперативів, запропоновану І. Кантом, що і надало нашому дослідженню актуального характеру.

До нашого дослідження не були виокремлені соціо- та психолінгвістичні імперативи та їхні маркери. Ми встановили такий деталізований перелік, що і зробило актуальним наш пошук.

Раніше ті промови, які ми аналізували, не були перекладені українською мовою (лише російською мовою перекладені дві промови, а саме: промова Адольфа Гітлера на відкритті 3-ої кампанії зимової допомоги фронту у Берлінському палаці «Спортпалас» 3 жовтня 1941 року (Хмельницький, 2015) та звернення Адольфа Гітлера до німецького народу у зв'язку з початком війни проти Радянського Союзу (Обращение Адольфа Гитлера, 2015)). У нашому дослідженні здійснений авторський переклад (стилізація: граматична та синтаксична правка) після автоматичного перекладу текстів за допомогою онлайн-перекладача, що запропонований сайтом <http://translate.meta.ua/>. Саме переклад фрагментів 11 промов восьми керівників III Рейху є актуальним для дослідників соціо- та психолінгвістики і фахівців із прикладних соціально комунікаційних технологій, для політичних консультантів, спічрайтерів та фахівців спіндокторингу.

Окрім зазначеного, дослідницькою проблемою слід, на наш погляд, вважати й відсутність знання про ознаки інмутації

соціальної реальності, яка (інмутація) здійснювалася впродовж 1932–1945 років панування у Німеччині, Європі та у частині країн світу націонал-соціалістичної (а пізніше – нацистської) ідеології.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Аналізовану нами проблему не розглядали раніше, оскільки з позиції інмутації соціальної реальності ще не здійснювалися дослідження. Разом із тим, з метою уточнення семантики термінів «інмутація соціальної реальності», «соціолінгвістичний аналіз», «психолінгвістичний аналіз», «імперативи» та «маркери імперативів у текстах промов» далі ми тлумачимо їх, спираючись на власне наукове бачення та багаторічний дослідницький досвід, результати якого відбито у багатьох книгах, статтях, текстах доповідей на різних міжнародних зібраннях (наприклад, (Холод, 2010: 86-91; Холод, 2013: 24-62).

Нагадаємо, що інмутація – це процес впливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) з метою негативного змінення сценаріїв, моделей їх поведінки. Інмутація (інмутаційні процеси) разом із мутацією та абмутацією є складниками маніпуляції. Соціолінгвістичним аналізом ми вважаємо розчленування системи мовних знаків і мовленнєвих операцій з урахуванням соціальних ролей та статусів носіїв мови та учасників мовленнєвого процесу (комунікатора і комуніканта). Психолінгвістичним аналізом, на нашу думку, слід вважати таке розчленування мовленнєвого потоку, яке передбачає врахування умов експлікації психічних процесів під час породження та сприйняття мовлення. Термін «імператив» ми тлумачимо згідно з пропозиціями І. Канта, як «загально значимий моральний принцип, ... на протилежність особистому принципу (максимі); правило, що виражає зобов'язання (об'єктивний примус чинити так, а не інакше)» (Імператив, 2015). З урахуванням дефініції терміна «імперативи» за тлумаченням І. Канта, ми пояснюємо значення терміна «імперативи текста» як мовленнєва експлікація (вираження) в текстах моральних приписів, наказів, вимог, що частіше за все йдуть у розріз із особистими бажаннями і настановами та зазвані слугувати загально значимим прагненням та суспільним нормам, законам, принципам. Аналіз ідей І. Канта, висловлених у праці «Критика практичного розуму» (Кант, 2004), дає нам підстави стверджувати, що диференціація імперативів на гіпотетичні й категоричні не є достатньою для

здійснення соціо- та психолінгвістичного аналізу текстів промов керівників III Рейху. З метою задоволення нашого дослідницького запиту з'явилася необхідність деталізації згаданих двох видів імперативів. Ми пропонуємо (у робочому порядку) додати до ідей I Канта про гіпотетичний імператив, який має силу лише при певних умовах, ще два підвиди, а саме – суспільні та побутові імперативи. Категоричний імператив, або імператив моральності, за I. Кантом, тягне наслідкування такому принципу: «Чини так, щоб максима своєї волі у будь-який час мала можливість перетворитися на принцип загального законодавства» (Кант, 2004). Пропонуємо диференціювати категоричний імператив на соціально вмотивований та духовно вмотивований імперативи.

Надалі ми деталізуємо поняття «види гіпотетичного імперативу» та «види категоричного імперативу».

Ми диференціювали гіпотетичний імператив на суспільні та побутові імперативи. *Суспільними гіпотетичними імперативами* будемо вважати такі вимоги, накази, закони і правила, які виражають зобов'язання на рівні їхньої актуальності для суспільства.

Гіпотетичним побутовим імперативом слід, на наш погляд, вважати такі особистісні вимоги, накази, закони і правила, які дозволяють особистості при певних умовах включити такі вимоги в загальний перелік суспільно значимих вимог. Категоричний імператив ми диференціювали на два підвиди: соціально вмотивовані імперативи та духовно вмотивовані імперативи.

До *категоричних соціально вмотивованих імперативів* ми відносимо такі вимоги, накази та закони, моральні приписи, які дозволяють «максимі своєї волі у будь-який час» стати соціально значимими. На відрізнення від описаного категоричного соціально вмотивованого імперативу *імператив духовно вмотивований* спирається, на нашу думку, на життєві максими (вимоги, накази, приписи, правила, закони), що ґрунтуються на «ідеалі, до якого прагне особистість» (Духовність, 2015); на «вищому рівні розвитку і саморегуляції самодостатньої особистості, на якому (рівні – О.Х.) основними мотиваційно-смысловими регуляторами її життєдіяльності стають вищі людські цінності» (Духовність, 2015).

Мета дослідження. Враховуючи викладене нами раніше, з'являється можливість сформулювати мету нашого дослідження,

яка полягає у пошуку, ідентифікації, описі, класифікації різних видів імперативів і доведенні того, що соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів у текстах промов керівників III Рейху є ознаками інмутації соціальної реальності.

Завданнями дослідження є:

1) у текстах промов керівників III Рейху (А. Гітлера, Й. Геббельса, Г. Геринга, Р. Гесса, В. Гросса, Р. Лея, Г. Шольц-Клинк, Ю. Штрейхера) знайти, ідентифікувати, описати й класифікувати різні види імперативів та їхні маркери;

2) довести, що соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів у текстах промов керівників III Рейху є ознаками інмутації соціальної реальності.

Методи і методика дослідження

Досягнення поставленої нами мети можливо завдяки залученню таких груп конкретних *методів*: загальних (діалектичний метод); загально-наукових методів (аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, класифікація); наукових теоретичних методів (формалізація, статистичний метод); наукових емпіричних методів (опис, вимірювання).

Методика (процедура) нашого дослідження полягала у здійсненні таких операцій:

1) уточнення семантики термінів «соціолінгвістичний аналіз», «психолінгвістичний аналіз», «імператив», «інмутація соціальної реальності»;

2) відбір прізвищ осіб, їхніх посад, які вони (особи) обіймали у керівництві III Рейху у період від 5 березня 1933 року (день виборів до рейхстагу і перемога Націонал-соціалістичної німецької робочої партії – НСДАП) до 6 січня 1941 року (виступ Й. Геббельса на радіо, присвячений Різду Христовому);

3) виокремлення критеріїв соціо- та психолінгвістичного аналізу на предмет пошуку в текстах керівників III Рейху маркерів імперативів різних видів, як от: гіпотетичного і категоричного імперативів, за І. Кантом, і запропонованих нами 4-х підвидів, а саме: гіпотетичних суспільних імперативів, гіпотетичних побутових імперативів (особистісних) імперативів, категоричних соціально вмотивованих імперативів і категорично духовно вмотивованих імперативів;

4) ідентифікація виокремлених соціо- та психолінгвістичних маркерів імперативів у текстах промов керівників III Рейху;

5) опис маркерів згаданих видів імперативів і подальша їхня класифікація з можливими доповненнями та корекціями;

6) доведення думки про те, що соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів у текстах промов керівників III Рейху є ознаками інмутації соціальної реальності.

Результати дослідження

Виконуючи перший пункт методики дослідження, ми раніше (див. рубрику «Аналіз попередніх досліджень і публікацій») визначили для подальшого дослідження семантику термінів «соціолінгвістичний аналіз», «психолінгвістичний аналіз», «імператив», «інмутація соціальної реальності».

Згідно з другим пунктом визначеної нами методики дослідження, ми здійснили відбір осіб та їхніх посад, які вони обіймали у III Рейху від дня виборів до рейхстагу 5 березня 1933 року. Відбір посад був здійснений нами за принципом «від верховного керівника Рейху до керівника великого міста Німеччини (у нашому випадку – Нюрнберга як міста проведення у 1938 році першого з'їзду НСДАП)». Спираючись на зазначений принцип, ми відібрали 8 керівників різного масштабу за ієрархією III Рейху: від фюрера (вождя) до гауляйтера (вища партійна посада НСДАП обласного рівня (Гауляйтер, 2015)).

За третім пунктом методики дослідження нам необхідно здійснити аналіз текстів промов керівників III Рейху, які вони проголосили у період від 05.03.1933 до 06.01.1941 року. Згаданий аналіз за своєю суттю є контент-аналізом, тобто аналізом змісту текстів. За вимогами контент-аналізу основними одиницями для його здійснення є такі три: слово, тема, образ (Почепцов, 2001). Ми задіяли одну одиницю – «тема».

Аналіз отриманих показників дозволив нам сформулювати такі особливості та таким чином інтерпретувати їх.

1. Із 10-ти текстів, загальним обсягом 1246 (100%) речень (орієнтовно 8 722 слова), ми виокремили 276 (22,1%) речень з імперативами різних видів і підвидів.

2. У семи текстах (70%) ми виявили речення з імперативом із показником, який входить до діапазону від 17,3% до 24,1%, що свідчить, на нашу думку, про те, що керівники III Рейху (п'ять, або 55,5%, з дев'яти, або 100%) користувалися імперативами помірковано, тобто не зловживаючи ними.

На наш погляд, слід звернути увагу на тенденції, які фіксуються під час аналізу показників частотності видів і підвидів імперативів в обговорюваних текстах.

1. Кількість вжитих підвидів імперативів Гс збільшується у різні періоди, у яких відбуваються знаменні для III Рейху події. Наприклад, 9 квітня 1933 року Г. Геринг проголосив промову теоретичного характеру на тему «Націоналізм і соціалізм», через 34 дні після перемоги НСДАП на виборах до рейхстагу і після офіційного призначення А. Гітлера на посаду рейхсканцлером Німеччини (30 січня 1933 року). Саме такі історичні події повинні були підштовхнути 4-го президента Рейхстагу Г. Геринга активно використовувати не гіпотетичні (Гс – 6%, Гп – 0%), а категоричні імперативи (Кс – 26%, Кд – 68%: див. діаграму на рис. 2 у Додатках). Слід нагадати про те, що гіпотетичні суспільні імперативи вказують на вимоги, накази і правила, які виражають зобов'язання на рівні актуальності для суспільства. Оскільки гіпотетичні побутові імперативи дозволяють при певних умовах включати такі вимоги до загального переліку суспільно значимих вимог, ми констатуємо доцільність низького рівня вживання імперативів у теоретичній промові Г. Геринга. Разом із тим, прихід до влади НСДАП та А. Гітлера дозволяє вживати у великій кількості категоричні імперативи (як соціально, так і духовно вмотивованих).

Прикладами типових вжитих у промові Г. Геринга соціо- та психолінгвістичних маркерів ми подаємо далі:

– **імпліцитні маркери:** «ті, хто не хочуть визнавати німецький соціалізм, не мають права називати себе громадянином», «ми хочемо лише, щоб ми були працівниками німецького будівництва», червоні пани «не повинні були забувати про тих, для кого життя було важким», «ми не хочемо знищувати», «ми можемо забути минуле», «якщо звинувачення брехливі, якщо вони є брехнею, застосовується закон про наклеп», «внутрішня дисципліна необхідна».

– **експліцитні маркери:** «Окремий громадянин повинний знову мати відчуття...», «Обидві концепції, отже, повинні бути очищені й показані людям», «ми повинні завжди пам'ятати, хто дав нам все, чого не було», «ми повинні бути обережними», «Ви, однак, повинні розбити і знищити ідею марксизму», «Німеччина повинна жити», «цей рух повинний спиратися», «ви, безумовно, повинні бути економічною підтримкою ваших товаришів».

2. На кількість вживання різних видів імперативів у промовах керівників III Рейху вплинула історична подія: 30 січня 1934 року Німеччина стає унітарною державою. Відчуваючи ідейний підйом, наприклад, Р. Гесс 25 лютого 1934 року виголошує промову під назвою «Клятва Адольфу Гітлеру» й активно застосовує як гіпотетичні суспільні імперативи (33,3%), так і гіпотетичні побутові імперативи (33,3%). На рівні з ними заступник фюрера по партії Р. Гесс застосовує категоричні соціально вмотивовані імперативи (22,2%) та категорично духовно вмотивовані імперативи (11,1%), що пояснює як особисту готовність Р. Гесса включити власні правила життя до переліку суспільно значимих, так і експліцитну готовність заступника А. Гітлера по НСДАП «максиму своєї волі» будь-якої миті зробити соціально значимою (категоричний соціальний імператив).

Соціо- та психолінгвістичними маркерами імперативів були визначені такі:

– **імпліцитні маркери:** «коли він командує, що він буде підкорятися абсолютно», «для вас виконання свого боргу означає: підкорятися наказам фюрера», «бути вірним духу Гітлера, значить бути скромним и невибагливим», «ніколи не забувайте, що лише цілий рух, а не його частина, може гарантувати перемогу і завоювання майбутнього».

– **експліцитні маркери:** лідер «повинний вимагати дисципліну від них», «ви будете приймати присягу Адольфу Гітлеру».

3. Досить сильним, на наш погляд, стимулом для експлікації імперативів, особливо категоричних, у промовах керівників III Рейху стало створення 16 березня 1935 року Вермахту – Збройних Сил нацистської Німеччини. Наприклад, у промові В. Гросса – голови Расового Управління НСДАП, яку він виголосив 7 серпня 1935 року на тему «Кров Святого», ми зафіксували 3,8% категоричних соціально вмотивованих імперативів, але 69,2% категоричних духовно вмотивованих імперативів. Такі показники корелюють, на наш погляд, з показниками частотності вживання гіпотетичних імперативів (суспільних ми нарахували 26,9%, побутових автор промови не вживав).

У тексті промови В. Гросса ми знайшли невелику кількість маркерів імперативів, до яких віднесли:

– **імпліцитні маркери:** «Оскільки ми говоримо про кров і расу цього вечора, ми обговорюємо тему, що знаходиться в центрі сьогоднішніх інтелектуальних і світоглядних баталій», «ми хочемо продовжити велику битву нашого дня зі старим бойовим духом», «Ніхто в ім'я расової доктрини не підтримує безплідний матеріалізм»;

– **експліцитні маркери:** «вони повинні сьогодні надавати моральну справедливість нашій позиції», «противники нашого світогляду повинні знайти нові засоби», «...ми можемо сміливо боротися все життя з ними. Це рішення, яке кожний із нас повинен прийняти», «ми вимагаємо, щоб кожна людина розуміла».

4. На збільшення частоти вживання у промовах категоричних і гіпотетичних імперативів вплинуло створення 1936 року Антиконтинентального пакту (III Рейх підписав союз із Японією). Наприклад, визначаючи особливу роль жінки під час будівництва тисячолітнього Рейху, Г. Шольц-Клінк як колишній (у 1934 році – 1935 році) керівник відділу расової політики в організації «Німецькі жінки» активно вживала гіпотетичні суспільні імперативи (30%) та категоричні духовно вмотивовані імперативи (69,6%). Оскільки тема промови Г. Шольц-Клінк була присвячена ролі жінки в житті III Рейху, остільки авторка не опікувалася вживанням гіпотетичних побутових імперативів (0%) і категоричних соціально вмотивованих імперативів (0%).

Соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів ми зафіксували у таких формах:

– **імпліцитні маркери:** «те, чого ми не досягли в останні роки, буде зроблено у майбутньому», «наше найбільше завдання пробудити й укріпити цю віру в тих, за кого ми відповідаємо», «Враховуючи наші стосунки один з одним, ми стверджуємо такі тимчасові заходи, тому що у нас є тверда віра в те, що у нас є сили, щоб подолати багато нинішніх труднощів, із якими зіштовхуються наші люди».

– **експліцитні маркери:** «кожний повинен спочатку повністю вирішити завдання, які відповідають його природі», «Жінка, яка до того ж доглядає власних дітей, повинна спочатку піклуватися про тих, хто потребує її допомоги як матері нації», «ми повинні відчувати любов і піклування, ми повинні бачити, що він приходить до нас, маючи любов до свого народу», «така любов повинна навчити всіх у новому році», «Дитина часто

розглядається не як великий зв'язок із Богом як творцем усього життя, кому ми повинні вклонитися, складаючи руки і мати тремтячі серця», «Для нас, жінок, бути німцем, як і раніше означає, завжди бути сильним».

5. Достатньо високий рівень вживання у промовах керівників III Рейху категоричних та гіпотетичних імперативів спостерігається саме 1939 року. Ми пов'язуємо такий факт із знаковими для III Рейху історичними подіями, а саме: від 1936 року почав формуватися Антисемітський пакт. У березні 1939 року до Антисемітського пакту приєдналися Чехія, Клайпедський край, місто Данциг та частина Польщі (Третій Рейх, 2015). Пізніше до гітлерівського блоку приєдналися Угорщина та Іспанія. День 1 вересня 1939 року відзначений в історії людства початком Другої світової війни, що дало новий поштовх до експлікації амбіцій керівників III Рейху у формі активного вживання в їхніх промовах імперативів. Наприклад, Р. Лей – голова Німецького Трудового Фронту – у промові «Євреї або зв'язок...», виголошеній 31 березня 1939 року, вжив гіпотетичних суспільних імперативів у 40,6% випадків, гіпотетичних побутових імперативів у 15,6% випадків, 0% відзначені категоричні соціально вмотивовані імперативи. Натомість, найвищим є показник 43,7% випадків вживання категоричних духовно вмотивованих імперативів, що ми пов'язуємо з узгодженням життєвої максими з «ідеалом, до якого прагне особистість (Духовність, 2015)» оратора. Так само активно вживав імперативи у своїй промові «Фюрер із народом, і народ із фюрером» Ю. Штрейхер – гауляйтер Нюрнберга і головний редактор антисемітської та антикомуністичної газети «Der Stürmer» («Штурмовик»), ідеолог расизму. Наприклад, показник вживання гіпотетичних суспільних імперативів дорівнює 37,5% випадків, гіпотетичних побутових імперативів – 25%. Подібний показник (37,5%) був зафіксований нами при ідентифікації категоричних духовно вмотивованих імперативів. Категоричні соціально вмотивовані імперативи Ю. Штрайхер у своїй промові від 5 липня 1939 року не вживав, що ще раз підтвердило нашу думку про високий рівень впевненості в успіху справ III Рейху.

У промові Ю. Штрейхера ми ідентифікували соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів різних видів, а саме:

– **імплицитні маркери:** «Той, хто є чесним, повинний припустити, що ми зробили те, що обіцяли», «Ми вважаємо, що всі ті, хто повстають проти нас сьогодні, будуть переможені»,

– **експліцитні маркери:** «ми дізналися від фюрера, що треба чекати», «народ, який більше не повинний іти на уклін до інших народів», «Йдіть за фюрером із тією вірою, як завжди», «Наше вітання фюреру повинно піднятися до неба як молитва».

6. Яскравою ілюстрацією доведення нашого передбачення (високий рівень вживання різних видів гіпотетичних і категоричних імперативів корелює з емоційно-вольовим піднесенням ораторів – керівників III Рейху як свідчення успіхів у будівництві нацистської Німеччини), є показники частотності імперативів у промовах Й. Геббельса (від 6 січня 1941 року), А. Гітлера (від 22 червня 1941 року та від 3 жовтня 1941 року).

Наприклад, під час кволого протікання Другої світової війни в Європі, у січні 1941 року, Й. Геббельс вживає менше гіпотетичних імперативів (суспільних – 8,7%, побутових – 21,7%), ніж категоричних імперативів (соціально вмотивованих – 21,7 та духовно вмотивованих – 47,8%). Зрозумілим є той факт, що останніх, духовно вмотивованих, імперативів у різдвяній промові Й. Геббельса удвічі більше за соціально вмотивовані імперативи: ідеолог нацизму надихує через радіохвилі німців у Німеччині та далеко за її межами, на фронтах у Європі, на щасливе й успішне швидке завершення війни і повернення вояків до родин. Поетичним є завершення обговорюваної промови: «Нехай мої слова приносять запах Батьківщини далеко на Схід і Захід...», що ми інтерпретуємо як імплицитно/експліцитний гіпотетично суспільний імператив у формі таких слів: «Мої слова є наказом для вас!».

Таким самим ілюстративним підтвердженням нашого передбачення про те, що високий рівень вживання різних видів гіпотетичних і категоричних імперативів корелює з емоційно-вольовим піднесенням керівників III Рейху як свідчення успіхів у будівництві нацистської Німеччини під час виголошення ними промов. Мова йде про ілюстративні тенденції, що зафіксовано нами у двох промовах А. Гітлера, які хронологічно відстоять одна від однієї на «часовій відстані» в 103 дні.

Перша промова. У «Зверненні Адольфа Гітлера до німецького народу у зв'язку з початком війни проти Радянського

Союзу» (Обращение Адольфа Гитлера, 2015), виголошеному на радіо 22 червня 1941 року о 5 годині 30 хвилині ми зафіксували гіпотетично суспільні імперативи у кількості 34,5%, тоді як гіпотетично побутові імперативи склали лише 6,9%. У тій самій промові А. Гітлер сміливо і відверто вживає категоричні імперативи (соціально вмотивовані – 51,7% та духовно вмотивовані – 6,9%). Тенденційними, на наш погляд, є такі два моменти: по-перше, високі показники зафіксовано саме у суспільно (гіпотетичні) та соціально (категоричні) орієнтованих імперативах. Паралельно із зазначеними співпадіннями ми відзначили й те, що у 82,8% випадків імперативи були імпліцитними, що, на нашу думку, свідчить про те, що А. Гітлер 22 червня 1941 року у своїй промові на радіо був чітко орієнтований на суспільне сприйняття смислів своїх виправдовувань щодо ініціативи оголошення війни проти СРСР. Висока частотність категоричних імпліцитних соціально вмотивованих імперативів свідчить також і про те, що А. Гітлер не був чесним, а чинив спроби прихованого впливу на радіоаудиторію. Як свідчить історик Д. Хмельницький, аналізуючи політичну ситуацію в Європі напередодні Великої Вітчизняної війни 1941-1945 років, де у чому А. Гітлер не зовсім був неправий. Д. Хмельницький повідомляє: «Очевидна неправда – декларації Гітлера про його прагнення до миру і про те, що «демократичні нікчемності» (а саме – Черчіль) змусили його вступити у світову війну. Але його розповідь про приїзд Молотова до Берліну і про пред'явлені їм експансіоністські вимоги виглядає цілком правдоподібним і підтверджується даними новітніх досліджень» (Хмельницький, 2015). Отже, А. Гітлеру було що приховувати, щоб маскувати в імпліцитних імперативах свої наміри завоювати СРСР. Також А. Гітлер мав міцні підстави для вживання категоричних соціально вмотивованих імперативів. Отже, говорячи про мотиви наступу 22 червня 1941 року нацистської Німеччини на СРСР, А. Гітлер де у чому перекручував соціальну і політичну реальність, активно вживаючи соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів на кшталт: **імпліцитні** імперативи – «уряд Германського рейху не міг би терпимо ставитися до нової війни Росії», «Німецька гарантія має загальний і обов'язковий для нас характер», «я вірив до останнього часу», «я зробив це з важким серцем», «не можна більше розраховувати», «можна було розцінювати», «були змушені», «мало місце обмеження

німецьких домагань», «я зробив це з надією досягти», «мають своєю метою», «прагнув», «змушений», «необхідно», «вважаю можливим»; «Німеччина не готова погодитися на створення російських військових баз у протоках»;

експліцитні імперативи – «повинний», «я повинний обговорити це питання з моїми союзниками», «зброя повинна була все вирішити», «нарешті повинно бути завойоване абсолютно ясне рішення», «я змушений був прийняти захисні засоби», «тут я повинний дотримуватися даного мною колись слова».

Друга промова. У «Промові Адольфа Гітлера на відкритті 3-ї кампанії зимової допомоги фронту в берлінському палаці “Шпортпалас”» (Хмельницький, 2015), яку фюрер вимовив 03 жовтня 1941 року, через 103 дні після першої промови, ми зафіксували найбільший (54,7%) показник вживання гіпотетичних суспільних імперативів (у порівнянні з ідентичними показниками решти 9-ти промов) та 22,6% вживання гіпотетичних побутових імперативів. Разом із тим, слід зауважити, що такі показники корелюють з імпліцитним (у 68,8%) характером вживаних імперативів. До того ж, необхідно зазначити, що нами зафіксована у другій промові А. Гітлера менша кількість категоричних імперативів (соціально вмотивованих – 3,8%, духовно вмотивованих – 18,9%). Ми знаходимо додаткове підтвердження висунутій нами раніше гіпотезі у троїстому форматі. Дійсно, А. Гітлер, 1) був впевнений у своїй правоті, нападаючи на СРСР; 2) вождь нацистів у своїх двох промовах максимально зафіксував «вимоги, накази, закони і правила, які виражають зобов’язання на рівні їхньої актуальності для суспільства» (гіпотетичні суспільні імперативи); 3) фюрер ілюстрував у своїх двох промовах положення про «вимоги, накази та закони, моральні приписи, які дозволяють «максимі своєї волі у будь-який час» стати соціально значимими» (категоричні соціально вмотивовані імперативи).

Соціо- та психолінгвістичними маркерами **імпліцитних** імперативів ми вважаємо такі: «я зайняв у даному питанні позицію, яку тільки і міг зайняти як відповідальний вождь Германського рейху», «я продовжував вважати, що краще за все зберігати мовчання», «я зробив останню спробу заспокоєння Балкан», «я продовжував вважати, що краще не висловлюватися», «тепер настав момент», «прийшов час, коли необхідно виступити проти»;

Соціо- та психолінгвістичними **маркерами експліцитних імперативів**: «я повинний був спочатку навести довідки», «я змушений був їх відхилити», «я повинний був тоді весь час мовчати», «я повинний сьогодні, тут, перед усім німецьким народом це сказати», «це повинно спочатку підтвердитися», «це я повинний сказати», «він повинний це знати, і повинно так здійснитися», «кожний знає, що він повинний робити в цей час», «вони знають, що від них вимагається і що вони зобов'язані дати», «народе, допоможи собі сам, тоді і Господь не відмовить тобі у своїй допомозі».

Висновки

1. На початку дослідження нами була поставлена мета: здійснити пошук, ідентифікацію, опис, класифікацію різних видів імперативів і довести те, що соціо- та психолінгвістичні маркери імперативів у текстах промов керівників III Рейху є ознаками інмутації соціальної реальності. Сформульовану мету було досягнуто повною мірою.

2. Нами був здійснений пошук, ідентифікація, опис та класифікація різних видів імперативів.

3. Ми ідентифікували та класифікували конкретні соціо- та психолінгвістичні маркери гіпотетичних та категоричних імперативів, диференціюючи їх на чотири види, а саме: гіпотетичні суспільні імперативи, гіпотетичні побутові імперативи, категоричні соціально вмотивовані імперативи, категоричні духовно вмотивовані імперативи.

4. Паралельно у дослідженні були висунуті чотири робочі гіпотези про: 1) єдиний принцип штучного «насичення» текстів імперативами; 2) запозичення такого єдиного принципу у відомих майстрів риторики; 3) спеціальне навчання керівників III Рейху ораторському мистецтву; 4) кореляцію високого рівня вживання різних видів гіпотетичних і категоричних імперативів з емоційно-вольовим піднесенням ораторів – керівників III Рейху. Ретельна перевірка біографічних даних і спроба довести істинність робочих гіпотез дозволила констатувати вірність лише четвертої гіпотези. Нами було доведено, що високого рівня вживання різних видів гіпотетичних і категоричних імперативів, дійсно, корелює з емоційно-вольовим піднесенням ораторів – керівників III Рейху, яке у свою чергу, пов'язане з тимчасовими відчутними успіхами нацистської Німеччини у період від 1933 року до 1941 року.

5. Нами також була сформульована думка про те, що соціо-психолінгвістичні маркери різних видів імперативів, вживаних у 10-ти промовах восьми керівників III Рейху, є ознаками інмутації соціальної реальності. Ми довели свою думку: подали невеликий перелік типових маркерів імперативів аналізованих промов ораторів III Рейху. Наведені типові маркери спрямовані лише на реалізацію власних особистих правил, наказів, принципів, вимог нацистських керівників і досить часто не співпадали із соціальною реальністю, яка історично спростувала ідеї керівників III Рейху.

Перспективи подальших досліджень

Вважаємо доцільним у подальших наукових розвідках звернутися до порівняння частоти вживання імперативів у промовах керівників III Рейха з частотністю вживання імперативів у промовах керівників Радянського Союзу у той самий період, а саме – від 1933 року до 1941 року.

Література:

- Гауляйтер* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Гауляйтер> (дата звернення – 14.08.2015).
- Гитлер, А.* (1992). *Моя боротьба* / А. Гитлер. – М.: Т-ОКО, 1992. – С. 56.
- Духовность* // *Общая психология. Словарь* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.xarakter.net/virtues/universal/spirituality/desc.php (дата звернення – 13.08.2015).
- Императив* [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2339/ИМПЕРАТИВ (дата звернення – 09.08.2015).
- Кант, И.* (2004). *Критика практического разума* / И. Кант. – К.: Юніверс, 240 с.
- Обращение Адольфа Гитлера к немецкому народу в связи с началом войны против Советского Союза* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://holocaustrevisionism.blogspot.com/2013/02/22-1941.html> (дата звернення – 09.08.2015). – Назва з екрану.
- Почепцов, Г. Г.* (1999). *Теория коммуникации* / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.
- Почепцов, Г. Г.* (2001). *Теория коммуникации* / Г.Г. Почепцов. – К.: «Ваклер», 656 с.
- Третий Рейх* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Третий_рейх (дата звернення – 28.08.2015). – Назва з екрану.
- Хмельницкий, Д.* *Речь Гитлера 3 октября 1941 года* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://militera.lib.ru/research/pravda_vs-2/11.html. – Назва з екрану (дата звернення – 09.08.2015).
- Холод, О. М.* (2010). *Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості* : у 3-х т. – Т. 1 : *Теорія інмутації суспільства: монографія* / О. М. Холод. – К.: КиМУ. – С. 86-91.

Холод, О. М. (2013). Гіпермаркет свідомості і масмедіа : монографія / О.М. Холод. У 2-х т. – Т. 1: Трансформація свідомості. – К. : КНУКіМ. – С. 24-62.

References:

- Gauljajter* [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Gauljajter> (data zvernennja – 14.08.2015).
- Gitler, A. (1992). *Moja borba*. M.: T-OKO [in Russian].
- Duhovnost. *Obshhaja psihologija. Slovar* [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: www.xarakter.net/virtues/universal/spirituality/desc.php (data zvernennja – 13.08.2015). [in Russian].
- Imperativ* [Elektronnij resurs]. Rezhim dostupu: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2339/IMPERATIV (data zvernennja – 09.08.2015). [in Russian].
- Kant I. (2004). *Kritika praktichnogo rozumu*. K.: Junivers, 240 s. [in Ukrainian].
- Obrashhenie Adolfa Gitlera k nemeckomu narodu v svjazi s nachalom vojny protiv Sovetskogo Sojuza* [Elektronnij resurs]. <http://holocaustrevisionism.blogspot.com/2013/02/22-1941.html> (data zvernennja – 09.08.2015). [in Russian].
- Pochepcov, G. G. (2001). *Teorija kommunikacii*. M.: Refl-buk. K.: «Vakler», 656 s. [in Ukrainian].
- Tretij Rejh* [Elektronnij resurs]. https://ru.wikipedia.org/wiki/Tretij_rejh (data zvernennja – 28.08.2015). [in Russian].
- Hmelnickij, D. *Rech Gitlera 3 oktjabrja 1941 goda* [Elektronnij resurs]. http://militera.lib.ru/research/pravda_vs-2/11.html. (data zvernennja – 09.08.2015). [in Russian].
- Holod, O. M. (2010). *Inmutacija suspilstva v gipermarketi svidomosti (Vol. 1-3). Teorija inmutacii suspilstva, 1*. K.: KiMU, (pp. 86-91). [in Ukrainian].
- Holod, O. M. (2013). *Gipermarket svidomosti i masmedia (Vols. 1-3), Transformacija svidomosti, 1* (pp 24-62). K.: KNUKiMS. [in Ukrainian].

Поштова адреса установи:

Київський національний університет культури і мистецтв
вул. Щорса, 36.
Україна,
03022,

Стаття надійшла до редакції 15.09.2015