

МЕТОДЫ, ИНСТРУМЕНТЫ И ЦЕЛИ ПРОПАГАНДИСТСКИХ КАМПАНИЙ НСДАП В 1933–1939 ГОДЫ

Г. Ф. Вороненкова, К. В. Кирик

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 13 мая 2024 г.

Аннотация: статья представляет собой сравнительный анализ методов, инструментов и целей пропагандистских информационных кампаний НСДАП в 1933–1939 годы, а также исследует предпосылки успеха пропаганды идеологии национал-социалистов в Германии второй трети XX века.

Ключевые слова: Германия, НСДАП, Третий рейх, милитаризм, тотальная война, манипулирование, психологическая мобилизация, информационная война.

Abstract: the article is a comparative analysis of methods, tools and goals of the NSDAP propaganda information campaigns in 1933–1939, and also explores the background reasons for the success of the ideology of the National Socialists in Germany in the 1930s.

Keywords: Germany, the NSDAP, the Third Reich, militarism, total war, manipulation, psychological mobilization, information warfare.

Введение. Предпосылки и актуальность исследования. Инструменты пропаганды, и в частности пресса Германии 1933–1939 гг., и по сей день привлекают внимание как исследователей, так и широкой публики: общества, СМИ и политики. Преступления диктатуры Национал-социалистской германской рабочей партии (НСДАП) вызывают у людей эмоциональный ужас, поэтому неудивительно стремление исследовать вопрос, как пропаганде Третьего рейха удалось в короткий срок распространить идеи расового превосходства, милитаризма и тотальной войны на уничтожение среди жителей страны, которая не была изолирована от остального мира.

Многие исследователи пропаганды НСДАП и холокоста пишут о феномене «расчеловечивания» жертв террора, развернувшегося в Германии в 1930–1940-е гг. [1–9]. Очень важную роль в изучении этой трагической страницы истории человечества играют исследования нацистской пропаганды в Германии 1933–1939 гг. через призму работы СМИ.

Важно установить и понять не только экономические, социальные и исторические причины, которые сформировали из немецкого общества тех времен благодатную почву для идей «расчеловечивания врага», но и «инструментарий», конкретные методы работы нацеленной на жителей страны пропаганды Третьего рейха. Важно исследовать, на каких страхах, общественных «комплексах» и настроениях сыграла пропагандистская пресса, которой успешно и в короткий срок удалось привить и широким массам, и многочисленным интеллектуалам античеловечные и жестокие идеи. Это важно в том числе для

того, чтобы понять, какие инструменты массовых коммуникаций стоят сегодня за ростом популярности праворадикальных партий и движений в современной Европе и в Германии в частности.

Следует подчеркнуть, что 12 лет фашистской диктатуры, то есть менее одного поколения, если брать за отсчет поколение 20–25 лет, — это не тот период времени, в который массовое сознание могло быть сформировано исключительно в условиях тотального контроля нацистов над СМИ, образованием, наукой, общественной и политической жизнью. В исследованиях работы немецкой нацистской пропагандистской прессы следует исходить из того, что это была работа по переформатированию сознания в том числе.

За короткий срок системе нацистской пропаганды удалось изменить у значительной части населения существовавшую в их сознании картину мира и систему ценностей. Для многих особенный ужас представляет тот факт, что диктатура НСДАП и ее античеловечные идеи были поддержаны и псевдонаучным образом оправданы многими немецкими учеными и интеллектуалами, взросление и становление мировоззрения которых состоялось значительно раньше захвата нацистами контроля над средствами массовой информации и сферой образования и которые, по меньшей мере до прихода к власти НСДАП, имели возможность состоять в свободной переписке, а также вступать в личный контакт во время поездок и встреч с интеллигенцией и представителями научного сообщества других стран, то есть обменивались мыслями и идеями с внешним миром [10; 11].

Предлагаемая статья фокусируется на манипулировании страхами общества и ставит целью вы-

делить, на какие темы, вызывавшие эмоциональную реакцию у той части общества, на поддержку которой рассчитывала опираться НСДАП, делали акцент германские средства массовой информации в период 1933–1939 гг., а также какими именно инструментами манипулирования массовым сознанием через страх нацистская пропаганда достигала эффекта видимой консолидации общества вокруг идей реваншизма и милитаризма.

Объектом изучения в данной работе является феномен успеха и эффективности пропаганды Третьего рейха в СМК по изменению сознания немецких граждан, а именно по «расчеловечиванию» врага, поддержке курса на милитаризацию и впоследствии тотальной войны на уничтожение. Мы выдвигаем гипотезу, что манипулирование массовым сознанием происходило через эксплуатацию страхов и экзистенциально важных для граждан тем в СМК (прежде всего в печатной прессе), а также что централизованная машина нацистской пропаганды тем не менее успешно учитывала различия в потребностях и интересах разных слоев населения и умела работать с разными аудиториями. Предметом изучения выступают информационные кампании НСДАП в 1933–1939 гг. Таким образом, авторы исходят из того, что одними из главных инструментов пропаганды НСДАП были манипуляции страхами и ресентиментом, что характерно для манипулирования массовым сознанием в фашистских режимах в целом [8–9].

Актуальность исследований инструментов нацистской пропаганды проявляется в возвращении в современный общественный дискурс как интереса к особенностям нацистского режима в Германии и фашистским режимов в Европе в середине XX в., так и к феномену политической пропаганды. Крайне важно понимать, что в общественной дискуссии эти темы очень часто затрагиваются в крайне эмоциональном контексте, что приводит к возникновению мифов вокруг этих исторических событий и феноменов, а также к определенной «идеологизации» дискурса. В данной статье мы стремимся избежать как эмоционального отношения к изучаемому предмету, так и попыток неоправданного обобщения. Научный и аналитический подход к изучению болезненных для общества тем необходим, и его значение невозможно переоценить, так как исследования, начинаемые без готовых выводов, препятствуют как «мифологизации», так и «идеологизации» феноменов.

Экономическая и политическая ситуация в Германии к началу 1930-х гг. Чтобы изучить инструментарий нацистской пропаганды, нужно понять, какие экономические и политические условия существовали в Германии в начале 1930-х гг., кто являлся центральной целевой аудиторией пропаганды НСДАП и какие цели ставила гитлеровская диктатура.

Важно отметить, что к концу 1920-х гг. Германия имела систему начального, среднего и высшего обра-

зования, широкий круг интеллигенции и интеллектуалов, передовую для своего времени науку, а также опыт проведения выборов с равным избирательным статусом у женщин и мужчин и, соответственно, участия граждан в политическом процессе. Первые университеты в Германии появляются уже в XIV–XV вв. и быстро становятся движущей силой для развития европейской науки, одним из важных общественных институтов, площадкой для обмена мнениями и формирования класса интеллектуалов [12–13]. Крайне важно отметить, что с момента возникновения немецкие университеты массово привлекали также интеллектуалов из других стран своей демократичностью и интернациональным характером.

В то же время в германских княжествах сравнительно рано складывается передовая система школьного образования. Благодаря ученику Мартина Лютера Филиппу Меланхтону в Германии появляются первые гимназии, а Королевство Пруссия в XVIII в. становится одним из первых государств, где была введена система бесплатного и в целом доступного широкого массам начального образования. Уже в XIX в. в Пруссии ввели аттестационные требования к учителям, которые хотели преподавать в начальных и средних школах, а также были созданы педагогические колледжи, дающие будущим учителям стандартизированное и качественное образование, что не могло не сказаться положительно на уровне образования населения в целом, а также увеличении числа школ. В 1872 г., через год после образования единого Германского государства, для предоставления женщинам возможности получения полного среднего образования были созданы отдельные школы. Существующая до сих пор система четырех типов школ, подготавливающих учеников для разных профессиональных путей, сложилась в Германии уже в конце XIX в. и сделала вклад в скорое индустриальное развитие страны, так как делала школьное образование популярным и престижным среди родителей, не боявшихся более, что дети теряют время, получая неприменимые в будущем знания. А Веймарская республика ввела стандартизированное бесплатное четырехлетнее начальное образование, после которого учеников распределяли в средние школы в зависимости от их успехов [6].

Таким образом, сложившаяся в Германии к XX в. система образования позволяла говорить о ней как о центре европейской науки. Немецкий язык считался языком общения между людьми, занимающимися интеллектуальной деятельностью, и был обязателен для изучения всеми, кто хотел заниматься наукой, в том числе для возможности читать в оригинале передовые исследования. Кроме того, крайне важно отметить, что труды немецких ученых и философов во второй половине XIX — начале XX вв. положили начало целому ряду новых социальных наук и научных отраслей [11]. Не представляется возможным

сомневаться в том, что к первой четверти XX в. германское общество отличалось достаточно высоким уровнем образования, а также тематически разнообразным научным дискурсом.

Также к концу XIX в. в Германии, несмотря на сопротивление кайзеровского правительства, обвиняющего либеральную прессу в революционных настроениях и угрозе государственности, формируется востребованная аудиторией оппозиционная пресса, в том числе левые, близкие социал-демократам и коммунистам издания, которые критически настроены по отношению к власти и «пропрусским» консервативным газетам. В 1919 г. в Веймарской конституции была закреплена свобода слова, что способствует возникновению еще большего числа либеральных и левых газет. В 1920-е гг. Германия становится мировым лидером по количеству издаваемых газет и журналов [12–14]. Важно подчеркнуть, что характерной чертой германской журналистики, актуальной и на сегодняшний день, является региональность: большинство печатных изданий имеют региональную привязку. Однако экономический кризис начала 1930-х гг. наносит прессе непоправимый урон: многие издания закрываются еще до того, как НСДАП с приходом во власть в 1932–1933 гг. разворачивает кампанию против оппозиционной левой прессы [12–13; 15].

Хотя на сегодняшний день как научному сообществу, так и широкой общественности, очевидна антинаучность идеологии нацистов, во время нахождения у власти НСДАП, она тем не менее подкреплялась партийной элитой и пропагандистскими институтами именно псевдонаучной аргументацией, апеллирующей якобы не к эмоциям реципиентов, но к их рациональности. В связи с этим представляется интересным изучить, какие предпосылки имели влияние на чувствительность германского населения к нацистским идеям, с одной стороны, и какие методы влияния на общественное сознание использовала нацистская пропаганда, с другой стороны.

Германское общество в начале 1930-х гг. Следует определить целевую аудиторию нацистской пропаганды в начале 1930-х гг. Согласно современным научным представлениям о фашистских течениях, они пытаются опираться на широкие массы, которым близки консервативные и ультраконсервативные идеи, в особенности идеи реваншизма, что объясняет рост популярности праворадикальных партий и объединений в кризисные времена. Согласно Умберто Эко, фашистские движения опираются на «на фрустрированные средние классы, пострадавшие от какого-либо экономического либо политического кризиса и испытывающие страх перед угрозой со стороны раздраженных низов». Также У. Эко выделяет так называемый люмпен-пролетариат, то есть маргинальные слои населения, оказавшиеся в определенной экономической и социальной

изоляции из-за каких-либо потрясений. Следовательно, как средним классам, опасавшимся в результате нестабильности обстановки за свое имущество, так и тем, кто лишился своего имущества и считает, что ему нечего терять, кажутся привлекательными идеи возвращения к величию прошлого, отобранному внутренними и внешними врагами, культ мужественности и милитаризм. Отметим, что пользуемся здесь определением У. Эко, связанным с характеристиками фашистских течений, рассматривая нацизм как одну из форм фашизма, отличающуюся опорой на идеи расизма [3–4].

После того как определена аудитория, на которую были нацелены ин-формационные кампании нацистской пропаганды, необходимо прояснить вопрос о том, в каких социальных и экономических условиях существовало немецкое общество в начале 1930-х гг. Безусловно, идея об «унизительности» Версальского договора, заключенного по итогам Первой мировой войны и возложившего полную ответственность за общемировую трагедию на немецкий народ, «сговора» стран против Германии и для сдерживания ее развития не была вброшена в общественный дискурс только НСДАП [16].

Территории, потерянные в результате проигрыша в Первой мировой войне, в пользу Польши, Чехословакии и Дании, фактическая потеря армии и права на современное вооружение, объявление отдельной статьей Версальского мира Германии главным виновником войны, а также непосильные для разрушенной экономики контрибуции с закреплением за Францией права оккупировать часть Германии, если та не будет выплачивать в срок, — все эти темы поднимались большинством немецких политиков и национальных СМИ того времени. Социал-демократы точно так же заявляли о необходимости пересмотра Версальского договора, однако не достигли к началу 1930-х гг. на дипломатической арене никаких значительных успехов в этом деле [16]. Тем временем в среде военной элиты популяризировалась идея «удара в спину» и предательства внутреннего врага как причины поражения в Первой мировой войне [2–3].

Кроме того, не стоит забывать о роли мирового экономического кризиса конца 1920-х — начала 1930-х гг., крайне тяжело ударившего по Германии. Экономика страны, которая начала постепенно и с трудом восстанавливаться после войны, в частности благодаря торговле с Советским Союзом, плохо выдержала новый удар, население было чрезвычайно недовольно выросшей безработицей и становилось легкой целью для пропаганды, критикующей действующее правительство и обвиняющей в экономических проблемах внешних врагов и предателей внутри немецкого общества. В начале 1930-х гг. экономика Германии находится в глубоком кризисе, вызванном как непосильными обязательствами в связи с Вер-

сальским договором, заключенным после Первой мировой войны, так и вследствие глобальной экономической депрессии. Результатом этого кризиса стала массовая безработица: на начало 1933 г. число безработных превышает 6 млн. человек (около 9% от общего населения страны). Безработица, инфляция и нестабильность вызывают у среднего класса и рабочих недовольство и страх, а также недоверие к правительству и институтам. Именно на фоне панических настроений в обществе в бундестаг избирается Национал-социалистическая рабочая партия (НСДАП) во главе с Адольфом Гитлером (1889–1945). После избрания в парламент НСДАП сперва сотрудничает с демократическими и либеральными партиями и государственными институтами, провозглашая лишь одну цель — экономическое развитие страны [12–13].

Концепция «тотальной войны» и «психологическая мобилизация». Особого внимания в этой связи требует концепция «тотальной войны», разработанная генералом кайзеровской армии Эрихом Людендорфом. Согласно этой концепции, тотальная война подразумевает участие всей нации в военных действиях (всеобщая мобилизация, работа индустрии на нужды армии), использование всех доступных ресурсов для преследования военных целей, перевод экономики на военные рельсы и подчинение общественной жизни и общественного дискурса темам войны. Здесь следует выделить, что, согласно Людендорфу, ответственность за поражение государства в тотальной войне будет нести не только и не столько военное и политическое руководство, но и все население, так как оно, согласно концепции тотальной войны, не оказало армии требуемую материальную и моральную поддержку. Данная концепция имела большую популярность среди элиты НСДАП, членом которой в течение короткого времени в начале 1920-х гг. являлся и сам Людендорф [1].

Таким образом, политика нацистской диктатуры, и в частности деятельность Имперского министерства народного просвещения и пропаганды, как считают многие исследователи, изначально вела линию подготовки экономики и общества к тотальной войне, чему в том числе способствовало культивирование реваншизма и «расчеловечивание» «внутреннего врага» как первый этап перед таким же «расчеловечиванием» врага внешнего [1–3; 21]. В связи с этим есть основания утверждать, что в период с 1933 по 1939 г. нацистской пропагандой велась подготовка к сплочению народа вокруг одной идеи — войны на уничтожение с целью так называемого расширения «жизненного пространства» на Востоке.

В своем исследовании «Мобилизация для тотальной войны», изданном в 1976 г., Ютта Сивоттек называет деятельность НСДАП в информационной сфере «психологической мобилизацией» германского народа и выдвигает тезис о том, что подготовка

к войне была четко спланированной кампанией, проводимой во всех существовавших на тот момент средствах массовой информации (пресса, радио, кино, литература, театр, пропаганда в образовательных учреждениях и на рабочих местах), а также основывавшейся на специально разработанных теоретических основах. «Новая теория войны также была перенята национал-социалистами и использована для нападок на державы-победительницы в Первой мировой войне, а также на старый имперский и новый веймарский режимы. Поэтому было вполне логично, что после прихода к власти Гитлер в своих программных заявлениях отдал приоритет психологической мобилизации немецкого населения против внутренних и внешних врагов и уже в первые месяцы после прихода к власти создал обширный и разветвленный пропагандистский аппарат для этой цели» [1, 238]. Также, согласно Сивоттек, создавались отдельные институты, целью которых была именно пропаганда необходимости достижения государственных целей военным путем среди германских граждан, причем с фокусом на конкретные аудитории (создание отдельных кафедр по военной науке или открытие ставок специалистов по военному делу в университетах с учетом специфики разных научных областей, учреждение Общества по военной политике и военной науке).

Информационные кампании нацистской пропаганды и их цель. Под понятием «пропаганда» в конкретном случае рассматривается распространение искаженной или ложной информации с целью формирования у общества нужной картины и манипулирования общественным сознанием. Нацистская пресса и публицистика активно и успешно продвинула миф о том, что в проигрыше Германии в Первой мировой войне и, следственно, в бедственном экономическом и социальном положении страны виновны антигерманская пропагандистская кампания государств-врагов, которая ослабила боевой дух армии на фронте и веру народа в победу в тылу, а также действия внутренних предателей и провокаторов, прежде всего евреев и коммунистов [2–3].

Для влияния на массовое сознание НСДАП сосредоточивает под своим контролем средства массовой информации, активно используя для этого и кампании травли, и репрессивный аппарат, и инструментализирует такие достижения технологического прогресса того времени, как массовая печать, радиовещание, общественные кино- и телепросмотры. Особую роль играет ораторский и демагогический талант самого фюрера. Подчеркивая историческую континуальность ценностей германского народа, мнимую преемственность философской мысли, А. Гитлер активно привлекает во время выступлений перед большими аудиториями в свои «союзники» И. Канта и Г. Гегеля [17]. Кроме того, в борьбе за общественное мнение А. Гитлер постоянно подчеркивает, что

он придет к власти только конституционным путем: «Всякое легальное признание происходит медленно <...>, но рано или поздно мы будем иметь большинство, причем во всей Германии». Таким образом, НСДАП создает в массовом сознании заблуждение, что, раз сосредоточение власти в одних руках происходит якобы демократическим путем, А. Гитлер и его партия пользуются широкой и безусловной народной поддержкой, а против их политики выступают только враги народа и его процветания [18; 121].

Живым воплощением нацистской пропагандистской машины был создатель и глава Рейхсминистерства народного просвещения и пропаганды (13 марта 1933 г.) Йозеф Геббельс. Крайне важно отметить, что Геббельс был по сути не только практиком манипулирования массовым сознанием, но и теоретиком. Министерство под его началом занимается не только пропагандой, но и исследованием методов и инструментов для ее воплощения [1; 3; 12–13]. В частности, НСДАП активно использовала последние достижения технологий. Так, Геббельс продвигал псевдодемократическую идею о том, что каждый гражданин должен иметь возможность (однако и обязанность) ежедневно слышать голос своего лидера («Слово фюрера в каждое учреждение, в каждый дом!»). Для этих целей была развернута массовая продажа радиоприемников [5; 22].

Одним из главных и самым трагически известным столпом германского национал-социализма стал антисемитизм. С одной стороны, антисемитизм не был чужд Германии и Европе того времени в целом, однако именно в лозунгах и политике НСДАП он приобретает совершенно античеловечный масштаб [7–8]. Также на смену достаточно открытой и нацеленной на сотрудничество внешней политике и демократическим лозунгам Веймарской республики приходят жесткие антизападные идеи [1; 12]. А. Гитлер и его партия ищут опору в среде правых радикалов, а также крупного капитала, по интересам которого ударили условия Версальского договора, в то время как потенциальный военный пересмотр итогов Первой мировой войны сулит промышленности подъем доходов [1; 8].

Созданная нацистами «машина» направила свои усилия на террор еврейского народа. Уже 20 апреля 1923 г. была создана газета *Der Stürmer*, редактором которой стал Юлиус Штрайхер. Издательство Штрайхера печатало антисемитские книги. Воплощением борьбы против евреев стала книга *Der Giftpilz* («Ядовитые грибы»), которая предупреждала об опасности, которая якобы исходила от евреев. В этой связи нужно подчеркнуть, что выбранный нацистской пропагандой внутренний враг не был недавно сложившимся в обществе классом или сконструированным абстрактным образом иностранных шпионов. Евреи, поражение которых в правах начинается с первых лет прихода НСДАП к власти, — это народ, переселе-

ние которого на территорию Германии началось еще в Средние века и который был тесно интегрирован в экономику, общество, культурную и политическую жизнь страны. «Расчеловечены» как палачами, так и молчаливыми согласными были не «внешние враги», а сограждане, хорошо знакомые им из повседневной и общественной жизни [7–8; 20].

15 сентября 1935 г. на съезде НСДАП были приняты так называемые «Нюрнбергские законы», которые окончательно закрепили поражение еврейского населения страны в правах и их правовое и социальное положение как «недолюдей» — так называемых «унтерменшей». «Закон о гражданстве» лишил евреев политических прав, «Закон о защите немецкой крови и немецкой семьи» запрещал браки евреев с арийцами и вводил понятие «нанесение ущерба расе». По мнению историков, античеловечное законодательство не встретило сопротивления среди широких масс и не вызвало протестов в связи с долгой работой над массовым сознанием, в котором закреплялись идеи враждебности еврейского населения немцам через театр, кинематограф, литературу и прежде всего СМИ [1; 12].

Также крайне важно отметить, что террор в Германии с приходом к власти диктатуры НСДАП начинается с преследования не только евреев, но и коммунистов, а позднее социал-демократов, консерваторов и либералов — основных политических конкурентов партии Адольфа Гитлера и его курса на милитаризацию страны и на военный, а не дипломатический пересмотр Версальского мира 1919 г. Коммунисты и социал-демократы пользовались, соответственно, значительной поддержкой немецких избирателей, сравнимой в начале 1930-х гг. с поддержкой НСДАП, однако жестокие репрессии против членов Коммунистической партии Германии и их сторонников, а также вытеснение социал-демократов из политической борьбы, в том числе путем преследования членов партии и ее сторонников, не вызвали в результате прослеживаемого бурного общественного отторжения или осуждения [3].

Разочарованные положением страны после подписания Версальского договора и вымотанные экономическим кризисом средние классы и маргинальная часть немецкого общества были центральной аудиторией нацистской пропаганды, однако ученые, специализирующиеся на изучении истории Третьего рейха и европейских фашистских режимов, отмечают, что интересы широкой общественности не ставились НСДАП во главу угла. Настоящей политической и экономической опорой партии, установившей в государстве диктатуру, была военная элита и крупные промышленники [1; 3]. Именно в их интересах и был взят курс на пересмотр итогов Первой мировой войны военным путем, а также на расширение «жизненного пространства» для получения ресурсов, право на которые якобы было отобрано у гер-

манского народа [8]. В пользу этого говорит также очевидное противопоставление нацистской идеологии левым идеям, продвижение которых, безусловно, ставило под угрозу само существование зажиточных предпринимателей и крупного частного бизнеса: так, интернационализму Коммунистической и Социал-демократической партий противопоставлялись агрессивный национализм и расовая теория.

Крайне важным представляется тот отмечаемый многими исследователями факт, что НСДАП сознательно занималась исследованием теории пропаганды [1; 3; 12–13]. Так, изобретением Геббельса в области теории пропаганды являлась формулировка «вундерваффе» (*Wunderwaffe*) — «загадочное» (чуждое, секретное) «оружие», что подразумевало под собой, что массам можно транслировать не подкрепленную доказательствами и фактами информацию, которая, однако, вызывала бы желание у людей верить в нее, так как сулила бы успехи и победу. Соответственно, те интеллектуалы, которые ставили бы эту информацию под сомнение, вызывали бы раздражение, так как по сути выражали бы сомнение насчет будущего процветания нации. По теории Й. Геббельса, обыватель «не способен проверить реальность даже таблицы умножения, а уверовать во что-то великое, таинственное и всепобеждающее готов в любой момент» [23]. Таким образом, реципиенту информации внушалось: «не думай — делай», что и должно было превращать его в винтик нацистской системы [5]. Простые, четкие, ясные и обязательно позитивные для реципиента «истины» должны были воодушевлять и льстить. Не отрицая реальности знания, нацисты категорически противопоставляли ему веру и доводили ее могущество до абсолюта. Й. Геббельс утверждал: «Худший враг любой пропаганды — интеллектуализм». Гитлер подчеркивал, что «для политической партии партийные принципы являются тем же, чем для веры — догмы».

Свою позицию по поводу задач СМК Й. Геббельс сформулировал в 1933 г. следующим образом: «...мы должны разъяснить народу, почему такая ситуация, разъяснить так, как это есть, почему мы должны принять меры, чтобы это положение изменить. Я уже не раз подчеркивал, что пресса должна не только информировать, но и инструктировать. Я адресую эти слова прежде всего национальной прессе. Господа! Вы сможете находиться в том идеальном состоянии, когда пресса будет так великолепно организована, что станет в руках правительства роялем, на котором оно сможет играть, чтобы стать чрезвычайно важным инструментом влияния на массовое сознание, которому правительство служит своим ответственным и нелегким трудом» [17]. Исследователи считают, что вместо теории государства у Гитлера и его сподвижников была «психопатическая форма государственной централизации», которую в области СМК успешно воплотил в жизнь Геббельс, исполь-

зуя формулу «мастерской режиссуры общественной жизнью» [17; 19, 129].

Цели централизации достигались и посредством законов о прессе [2–3; 23]. Назовем лишь некоторые из них. 22 сентября 1933 г. был принят закон «Рейхскамергезетц» о создании рейхспалат (ведомств). Рейхсминистр культуры Макс Аманн, на которого была возложена реализация закона, подчинялся напрямую министерству народного просвещения и пропаганды и получил звание «рейхсслейтера прессы НСДАП» [24, 10].

Следующим шагом к централизации системы СМК было создание самостоятельных палат по делам прессы, радио, кино, литературы, театра, музыки, изобразительного искусства. Журналисты были обязаны регистрироваться в палате по прессе, что было записано в § 4 распоряжения от 1 ноября 1933 г.: «Каждый, кто участвует в подготовке, передаче, духовной или технической разработке печатных продуктов, должен стать членом Палаты» [24]. Без этой регистрации, то есть без получения государственного одобрения заниматься журналистской деятельностью, граждане не имели права заниматься распространением информации через печать или иные медиа.

Согласно «Закону о редакторах» от 4 октября 1933 г., издатели лишались права принятия самостоятельных решений в области редакционной политики. Эти функции передавались особым, одобренным НСДАП редакторам, являвшимся «носителями общественных интересов». Профессия журналиста же становилась «связанной с государством профессией», в связи с чем журналист был обязан иметь «арийское происхождение» и бороться со всем, что вредит «чести и достоинству немцев» [12; 19, 132]. Распоряжением от 3 июля 1500 издателей лишили прав на издательскую деятельность из-за «неисполнения новых требований». 24 апреля 1934 г. Аманн распространил три новых распоряжения, еще более усугубивших положение прессы и получивших название «об уравнивании газет». Первое касалось «закрытия газетных издательств с целью устранения нездоровой конкуренции»; второе — запрета «скандальных» газет объявлений; третье — «аризации, декоммерциализации, деконфессионализации и десубвентизации» немецкой прессы. Под «аризацией» подразумевалось увольнение из газет редакторов и журналистов еврейской национальности и коммунистических убеждений [24, 52]. В пункте «а» было записано, что «для всех издателей, которые не смогут представить доказательство своего арийского происхождения до 1800 г., а также арийское происхождение своей супруги», членство в рейхссоюзе газетных издателей, как и в рейхспалате по прессе исключается [24, 52].

Одним из основных методов подчинения или устранения неугодных изданий было экономическое

давление. Делалось это поэтапно. Газету принуждали публиковать партийные ведомственные сообщения, и она теряла своих читателей. Якобы из-за этого следовал бойкот рекламодателей, что лишало издательство жизнедеятельности. Одновременно началась кампания травли в партийных газетах. Издатель был вынужден идти на любые условия [25–26].

Внимания заслуживают также кампании, развернутые в 1930-е гг. против отдельных народов, которые якобы преследовали цели унижения и сдерживания Германии в развитии. Согласно монографии Ю. Сивоттек, аннексии Судетской области в 1938 г. предшествовала пропагандистская кампания в СМИ против Чехословакии, которая конструировала образ судетских немцев как жертв дискриминации по национальному признаку и должна была потенциально создать настолько угрожающий образ соседнего государства, чтобы политическое разрешение конфликта воспринималось общественностью негативно и чтобы граждане в будущем сами требовали устранения угрозы военным путем. Такая же кампания, направленная против поляков, которым вменялась вековая враждебность по отношению к немцам, предшествовала вторжению Германии в Польшу в 1939 г. И, наконец, «врагом человечества № 1» нацистской пропагандой был объявлен большевизм, угроза которого всему мировому порядку должна была оправдывать милитаризацию Германии.

В то же время профессор Клаудиа Кунц в книге «Совесть нацистов» (2007) обращает внимание на то, что идеи антисемитизма в самых жестоких их проявлениях скорее находили поддержку или по крайней мере встречали нейтральное отношение в тех регионах Германии, где евреи не проживали массово, в то время как в регионах, где были численно значительные еврейские общины и евреи были интегрированы в жизнь общества, сами идеи не вызывали симпатии и воодушевления и роль играло скорее одобрение «мер, овеванных авторитетом закона».

Многие исследователи сходятся в том, что «расчеловечивание» внутреннего врага — евреев, коммунистов, социал-демократов, а также всех, кто был признан «расово неполноценными», то есть, например, люди с инвалидностью или ментальными особенностями, должно было подготовить германский народ к условиям «тотальной войны», предполагающей применение любых средств и ресурсов для уничтожения врага. Пресса, полностью подчиненная НСДАП во второй половине 1930-х гг., работала на психологическую подготовку граждан к безжалостному отношению к врагу. В людях воспитывалось мировоззрение, согласно которому человек может быть внешне похож на человека, однако на самом деле являться так называемым «недочеловеком» [2–3; 27].

Выводы. Несмотря на обширный и неутрачивающий интерес к периоду нацистской диктатуры в Германии, ее преступлениям, а также к работе СМИ того вре-

мени в публицистике, художественной литературе и разных научных областях, таких как, в частности, история, социология, политология, психология и филология, необходимость в научном анализе инструментов и методов пропаганды НСДАП сохраняется.

В результате мы приходим к выводу, что нацистская пропаганда создавала видимость отклика на реальные страхи и интересы граждан, однако якобы актуальные социальные и экономические темы использовались в СМИ для формирования у немецкого народа единой картины происходящего в стране и в мире, подпитки идей реваншизма, милитаризации, исключения прав германской нации и расширения «жизненного пространства» на Востоке.

Ставшие популярными еще в 1920-е гг. идеи о поражении в Первой мировой войне в результате предательства и «ножа в спину» были подхвачены пропагандой НСДАП, а образ внутреннего врага обрел конкретное воплощение в лице еврейского народа, коммунистов и левых политиков в целом.

Также важно отметить, что агрессивная кампания недоверия, ненависти и «расчеловечивания» по отношению к евреям, коммунистам, а позднее также восточноевропейским народам, которые якобы угрожали германской государственности, работала на «психологическую мобилизацию» граждан и подготовку масс к «тотальной войне». Идеи о расовой неполноценности отдельных категорий сограждан были призваны сделать из немцев безжалостных и непримиримых солдат в войне за пределами своей страны. Если же экстраполировать эти выводы на ситуацию в современной Украине, то главным пропагандистским инструментом там стала русофобия, распространяемая СМИ объединенного Запада.

Исходя из того, что понимание методов манипулирования общественным сознанием, в частности методов культивирования страхов общества и создания искусственного ресентимента, представляет не только научный интерес, но и имеет актуальную ценность в современном мире, мы считаем, что исследования в данной области имеют дальнейший научный потенциал.

ЛИТЕРАТУРА

1. Sywottek J. Mobilmachung für den totalen Krieg. Die propagandistische Vorbereitung der deutschen Bevölkerung auf den Zweiten Weltkrieg / J. Sywottek // Opladen: Westdeutscher Verlag, 1976. — Studien zur modernen Geschichte, Band 18.
2. Wippermann W. Der "deutsche Drang nach Osten". Ideologie und Wirklichkeit eines politischen Schlagworts / W. Wippermann. — Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1981.
3. Wippermann W. Der konsequente Wahn. Ideologie und Politik Adolf Hitlers / W. Wippermann. — Muenchen: Bertelsmann, 1989.
4. Mann M. The Autonomous Power of the State: Its Origins, Mechanisms and Results / M. Mann. // European

Journal of Sociology. — 1984. — Vol. 25, Issue 2. — Pp. 185–213.

5. Herbst L. Das nationalsozialistische Deutschland 1933–1945 / L. Herbst. — Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1996. — Moderne Deutsche Geschichte, Band 10.

6. Drewke P. Educational Studies as an Academic Discipline in Germany at the Beginning of the 20th Century / P. Drewke // Paedagogica Historica. — 1998. — Vol. 34. — Pp. 175–194.

7. Koonz C. The Nazi Conscience / C. Koonz. — Harvard University Press, Belknap Press, 2003.

8. Kühne T. Colonialism and the Holocaust: continuities, causations, and complexities / T. Kühne // Journal of Genocide Research. — 2013. — Vol. 15, Issue 3. — Pp. 339–362.

9. Eco U. Five Moral Pieces / U. Eco. — HarperCollins, HarperVia, 2002.

10. Dovifat E. Zeitungslehre 2: Redaktion, die Sparten Verlag und Vertrieb, Wirtschaft und Technik, Sicherung der öffentlichen Aufgabe / E. Dovifat. — Berlin: Auflage von Jürgen Wilke, Sammlung Gosche, 1976.

11. Dovifat E. Zeitungslehre 1: Theoretische und rechtliche Grundlagen, Nachricht und Meinung, Sprache und Form / E. Dovifat. — Berlin: Auflage von Jürgen Wilke, Sammlung Gosche, 1978.

12. Вороненкова Г. Ф. История и культура германо-язычных стран Европы. Ч. 1 (От Римской империи до капитуляции Третьего Рейха в 1945 г.) / Г. Ф. Вороненкова. — М., 2011.

13. Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии / Г. Ф. Вороненкова. — М., 2011.

14. Bracher K. D. Die Weimarer Republik 1918–1933. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft / K. D. Bracher, M. Funke, H. A. Jacobsen. — Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung; 2. ergänzte Auflage, 1987.

15. Вороненкова Г. Ф. История и культура Германии после Второй мировой войны (от акта капитуляции до современности: 1945–2012). 2 часть / Г. Ф. Вороненкова. — М., 2013.

16. Fischer C. After the Versailles Treaty: Enforcement,

Compliance, Contested Identities / C. Fischer, A. Sharp // Routledge, 2007.

17. Wulf J. Presse und Funk im Dritten Reich. Eine Dokumentation. / J. Wulf. — Berlin: Ullstein Verlag, 1983.

18. Kammer H. Nationalsozialismus: Begriffe aus der Zeit der Gewaltherrschaft 1933–1945 / H. Kammer, E. Bartsch. — Hamburg: Rowohlt, 1992.

19. Schottenloher K. Flugblatt und Zeitung: Ein Wegweiser durch die gedruckten Tagesschriften. / K. Schottenloher, J. Binkowski. — Muenchen: Klinkhard und Biermann, 1985. — Bd. 2: Von 1848 bis zur Gegenwart.

20. Хдери К. Евреи в Германии: зарождение и развитие идей антисемитизма / К. Хдери // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Всеобщая история. — 2017. — Vol. 9, № 4. — С. 331–340.

21. Zimmermann C. Medien im Nationalsozialismus. Deutschland 1933–1945, Italien 1922–1943, Spanien 1936–1951 / C. Zimmermann. — Wien: UTB, 2007.

22. Bracher K. D. Deutschland 1933–1945. Neue Studien zur nationalsozialistischen Herrschaft / K. D. Bracher, M. Funke, H. A. Jacobsen. — Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1992.

23. Dudek P. Der Rueckblick auf die Vergangenheit wird sich nicht vermeiden lassen. Zur paedagogischen Verarbeitung des Nationalsozialismus in Deutschland (1945–1990) / P. Dudek. — Opladen: Verlag für Sozialwissenschaften, 1995.

24. Presse in Fesseln: Das Zeitungsmonopol im Dritten Reich. Eine Schilderung des NS-Pressetrusts // Berlin: Verlag Archiv und Kartei, 1947.

25. Gillessen G. Auf verlorenem Posten: Die Frankfurter Zeitung im Dritten Reich / G. Gillessen. — Berlin: Siedler Verlag, 1986.

26. Das III. Reich. 1939–1945. Eine Tageschronik der Politik, Wirtschaft, Kultur (2 Bände) // Augsburg: Weltbild Verlag, 1991.

27. Zimmerer J. The birth of the Ostland out of the spirit of colonialism: a postcolonial perspective on the Nazi policy of conquest and extermination / J. Zimmerer. — Patterns of Prejudice. — 2005. — Vol. 39, Issue 2. — Pp. 197–219.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Вороненкова Г. Ф., доктор филологических наук, профессор, и.о. заведующего кафедрой зарубежной журналистики и литературы

E-mail: frdip-mgu@yandex.ru

Кирик К. В., аспирант факультета журналистики

E-mail: ksenko95@gmail.com

Lomonosov Moscow State University

Voronenkova G. F., Doctor of Philology, Professor, acting Head of the Foreign Journalism and Literature Department

E-mail: frdip-mgu@yandex.ru

Kirik K. V., Postgraduate Student of the Journalism Faculty

E-mail: ksenko95@gmail.com