

Секция «Журналистика»

Особенности антисоветской пропаганды в Третьем рейхе

*Штыркина Ольга Владимировна*

*Аспирант*

*Humboldt-Universität zu Berlin, Philosophische Fakultät III, Berlin, Германия*

*E-mail: olga\_shtyrkina@mail.ru*

Методы манипулирования сознанием масс и идеология времен Третьего рейха сыграли важную роль в области политического манипулирования и информационного воздействия на население. Сейчас изучение этих приемов на основе неопубликованных архивных материалов времен Второй мировой войны является особенно актуальным в условиях обострения международных конфликтов и переписывании истории, в особенности истории двадцатого столетия. Изучение приемов антисоветской кампании времен медийной войны Третьего рейха и СССР основано на материалах Министерства народного просвещения и пропаганды Германии и партийных архивов НСДАП, хранящихся в Российской государственном военном архиве, а также фондов немецкого Внешнеполитического ведомства из Государственного архива Германии.

Среди многочисленных внешних сил, «враждебность» которых помогала спланировать население Германии в период владычества НСДАП, отвлекать людей от внутренних проблем государства и убеждать их в необходимости тотальной войны, наиболее удобен был созданный нацистами образ СССР.

Первые фазы медийной войны Третьего рейха и СССР относятся к 30-м гг. XX в. После незначительного потепления дипломатических отношений времен Рапалльского договора, обстановка снова накалилась в связи с очередным съездом Коминтерна, новыми союзническими договорами в Восточной Европе и участии советских добровольцев в гражданской войне в Испании. Таким образом, интенсификация антисоветской военной пропаганды произошла после 1936 г.[3]. Потепление отношений при подписании Пакта Молотова-Риббентропа летом 1939 г. явилось лишь временным шагом и носило характер «обманного маневра» со стороны нацистской Германии.

«Запугивание общественного мнения военным противником»[2] внутри страны, осуществленное пропагандистами Третьего рейха, сочеталось с попытками повлиять на нейтральные страны и государства Западной Европы, представив Германию борцом за интересы Европы и единственным препятствием, стоящим на пути «красной угрозы».

С началом военной кампании на территории СССР в 1941 г. основные усилия нацистских пропагандистов сконцентрировались вокруг конструирования образа врага в лице большевизма, в дополнение к которому шли образы «западной плутократии» и антисемитские лозунги[2].

Распоряжения для прессы, полученные журналистами на конференциях министерства народного просвещения и пропаганды в довоенный период, изучены и изданы в Германии [4]. С началом Второй мировой войны в Министерстве пропаганды ежедневно проходили секретные утренние конференции под началом Й. Геббельса, протоколы которых после падения нацистской Германии были вывезены из Берлина и находились в архивах советского, а затем и российского министерства обороны под грифом «секретно».

Согласно указаниям руководства Третьего рейха и стратегии, разработанной Й. Геббельсом и его приближенными, антисоветская пропаганда в военный период исходила из нескольких основополагающих моментов. Среди них были следующие: СССР является тиранией, притесняющей собственных граждан; население государства «рабочих и крестьян» живет в крайней бедности и угнетении, оторвано от европейской культуры и христианских традиций; распространение коммунизма – это опасная инфекция, а правительство Советского Союза готово предать своих граждан. Особое место в антисоветской пропагандистской кампании отводилось также антисталинской пропаганде и разжиганию национальной розни с помощью усиления или искусственного создания противоречий между народами СССР.

Ожидаемая победа над Советским Союзом в планах нацистов не ограничивалась экономической, политической и территориальной экспансией. Неотъемлемой частью антисоветской кампании являлось стремление уничтожить русскую государственность и самосознание народа как общности. Опираясь на опыт создания символической реальности Третьего рейха, сформированной в сознании немецкого народа в 1930-е гг., нацистские пропагандисты активно применяли символы во время медийной войны 1940-х гг., подкрепляя военную кампанию информационной. «...если Советский Союз должен быть разбит как великорусская империя, его центры должны быть уничтожены, - гласит протокол одной из секретных конференций Й. Геббельса в министерстве пропаганды. - Пока существует Москва, она будет вызывать тоску по русской империи. Но когда этот город как представитель этого государства более не будет существовать – такое значение в мировоззренческом, политическом и экономическом смысле придали поляки разрушению Варшавы – тогда у народа не останется четкого национального самосознания» [1].

Таким образом, антисоветская пропагандистская кампания Третьего рейха зиждилась на противопоставлении нацизма и большевизма, установке на примитивность советского народа, отсутствие патриотизма и отделение его от христианских ценностей. Большое внимание уделялось выступлениям против славянства и разжиганию национальной розни среди народов СССР и прежде всего Прибалтики. Кроме того, антисоветская кампания опиралась на попытки уничтожения основ государственности и самосознания русских, а также противопоставления советского народа и его руководства.

### Литература

1. РГВА. Ф. 1363. Оп. 3. Фотокопии и переводы протоколов утренних конференций и указаний министерства народного просвещения и пропаганды Германии. 1941 г.
2. Longerich, P. Propagandisten im Krieg. Die Presseabteilung des Auswärtigen Amtes unter Ribbentrop. – München: Oldenburg, 1987.
3. Sywottek, J. Mobilmachung für den totalen Krieg. Die propagandistische Vorbereitung der deutschen Bevölkerung auf den Zweiten Weltkrieg. – Darmstadt: Westdeutscher Verlag GmbH, 1976.
4. Toepser-Ziegert, G. NS-Pressenanweisungen der Vorkriegszeit. Eine Einführung in ihre Edition. Sonderdruck aus: NS-Pressenanweisungen der Vorkriegszeit. Edition und Dokumentation

Bd. 1: 1933, München u.a. 1984. – München, K.G. Saur Verlag, 1984; NS-Presseanweisungen der Vorkriegszeit: Ed. u. Dokumentation. Hrsg. von Hans Bohrmann. Bearb. von Gabriele Toepser-Ziegert. – München: K.G. Saur Verlag, 1985.

**Слова благодарности**

Автор выражает благодарность профессору факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова д.ф.н. Г.Ф. Вороненковой и профессору института медиа и музыковедения Гумбольдт-университета Берлина д.ф.н. Вольфгангу Мюль-Беннингхаусу.