

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Саровский физико-технический институт – филиал НИЯУ МИФИ

Физико-технический факультет

Кафедра философии и истории

XXIX студенческая онлайн-конференция по гуманитарным и социальным
наукам

XII студенческая онлайн-конференция по истории

«Ядерный университет и духовное наследие Сарова:

Великая Победа-75»

3, 4 июня 2020 г.

Пропаганда национал-социализма в Веймарской Республике, Германском Рейхе
и Великогерманском Рейхе в 1920-1940-е гг.

Доклад:

студентов группы ПМФ19Д

О. Тилиновой (руководитель),

В. Донцова, Н. Крапивина, А. Симановой

Преподаватель:

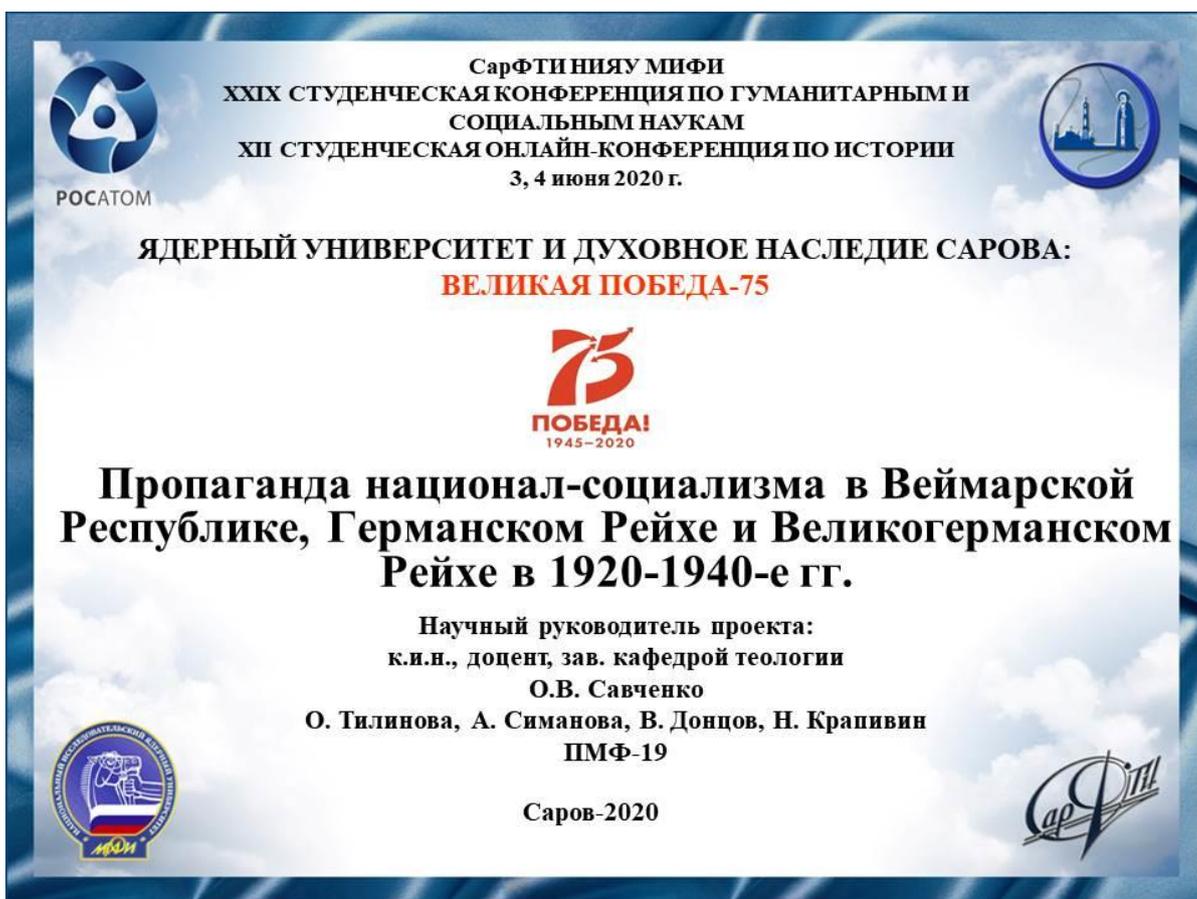
кандидат исторических наук, доцент

О.В. Савченко

Аннотация.

В нашем докладе рассмотрены методы пропаганды национал-социализма в Веймарской Республике, Германском Рейхе и Великогерманском Рейхе в 1920-1940-ые годы. В ходе работы были рассмотрены источники идеологии национал-социализма и особенности методов пропаганды в указанные исторические периоды. Прежде всего, была определена терминология, используемая в докладе, относительно понятия «национал-социализм» и наименования государства, в пределах которого в большей степени методы пропаганды национал-социализма применялись, так как эти вопросы являются спорными и их толкование может быть неоднозначным. Периодически возникала необходимость использовать термин «Германия», так как использование более точного наименования затрудняло повествование, поэтому не представлялось возможным. Далее, мы рассмотрели труды ученых, которые послужили интеллектуальной основой формирования идеологии национал-социализма и кратко затронули саму идеологию. Для лучшего понимания исторических предпосылок формирования идеологии национал-социализма нами были рассмотрены экономическая, политическая и социальная ситуация в Веймарской Республике. В нашем докладе также рассматривалась личность и идеи Йозефа Геббельса – человека, ответственного за непосредственное воплощение методов пропаганды на территориях, находящихся под властью Адольфа Гитлера, и территориях, на которых велись боевые действия, что относится к периоду Второй Мировой войны. Поскольку ни руководством Национал-социалистической немецкой рабочей партии, ни учеными-историками не давалось классификации методов пропаганды национал-социализма, в данном докладе применялась терминология, используемая в сфере пиара. Методы пропаганды постепенно развивались, поэтому в каждый из рассматриваемых периодов к уже существующим методам добавлялись новые. В связи с этим мы в данном докладе мы акцентировали внимание на наиболее эффективных и применяемых, на наш

взгляд, методов пропаганды в каждый из рассматриваемых периодов. Каждый из методов проиллюстрирован соответствующими примерами.



Слайд 1

Добрый день, уважаемые слушатели и участники XII студенческой конференции по истории «Ядерный университет и духовное наследие Сарова: Великая Победа-75». Тема нашего доклада – «Пропаганда национал-социализма в Веймарской Республике, Германском Рейхе и Великогерманском Рейхе в 1920-ые-1940-ые годы».

Ключевые слова:

*нацизм, нацистская пропаганда, Адольф Гитлер,
Йозеф Геббельс, Веймарская республика,
Германский рейх, Великогерманский рейх*

Keywords:

*Nazism, Nazi propaganda, Adolf Hitler, Joseph
Goebbels , Weimar Republic, German Reich, Greater
German Reich*

Слайд 2

Каждое государство в истории человечества так или иначе пыталось воздействовать на массовое сознание своих граждан, поэтому изучение методов пропаганды никогда не перестанет быть актуальным.

Актуальность – Каждое государство в истории человечества так или иначе пыталось воздействовать на массовое сознание своих граждан, поэтому изучение методов пропаганды никогда не перестанет быть актуальным. Методы пропаганды национал-социализма особенно актуальны, так как показали свою эффективность, сформировав идеологическую основу для создания и укрепления государства, развязавшего самую кровопролитную войну в истории, - Германского Рейха (позже – Великогерманского Рейха).

Цель – рассмотреть методы пропаганды национал-социализма в Германии в 1920-1940-е гг.

Задачи:

1. Рассмотреть источники идеологии Национал-социалистической немецкой рабочей партии;
2. Рассмотреть особенности пропаганды национал-социализма в 1919-1933-е гг. в Веймарской Республике;
3. Рассмотреть методы пропаганды идеологии национал-социализма 1933-1938-е гг. в Германском Рейхе;
4. Рассмотреть особенности пропаганды национал-социализма в Германском Рейхе в 1939-1943-е гг. и в Великогерманском Рейхе в 1943-1945-е гг.

Слайд 3

Цель нашей работы - рассмотрение методов пропаганды национал-социализма в Германии в 1920-1940-ые годы. Но, прежде чем начать доклад, следует договориться о терминологии.

Фашизм и национал-социализм



Бенито Муссолини (1883-1945 гг.) - итальянский политический и государственный деятель, публицист, лидер Национальной фашистской партии, диктатор, вождь, возглавлявший Италию как премьер-министр в 1922-1943 годах.

Фашизм – это идеология, устройство государства и общественных отношений и государственно-управленческая, политическая и общественная практика, основанные на присвоении выделенными людьми права превосходства и права насилия над другими людьми.



Адольф Гитлер (1889-1945 гг.) - немецкий политик и оратор, центральная фигура национал-социализма, основатель тоталитарной диктатуры Германского Рейха и Великогерманского Рейха, глава Национал-социалистической немецкой рабочей партии. 30 января 1933 года президент страны Пауль фон Гинденбург назначил канцлером Веймарской Республики Адольфа Гитлера.

Национал-социализм – идеология, ставящая во главу мира определенную нацию (расу или народ) и ратующее за использование репрессивных мер по отношению к остальной части человечества.

Черты различия между идеологиями:

- Государство первично;
 - Отсутствие расовых теорий и антисемитизма;
 - Поддержка церкви;
 - Корпоративизм;
 - От 10 до 42 человек казнено, 4000 человек арестовано и сослано на острова, колониальная война в Эфиопии, война на Балканах и в Северной Африке.
- Нация первична;
 - Расизм, антисемитизм;
 - Ослабление роли церкви;
 - Государственно-монополистический капитализм;
 - Развязывание Второй Мировой войны, создание концентрационных лагерей, холокост, уничтожение миллионов людей.

Слайд 4

Фашизм, нацизм, национал-социализм – синонимичные термины в постсоветском пространстве, хотя между ними существуют некоторые различия. Единого определения ни у одного из данных понятий не существует, но можно рассмотреть наиболее распространенные, чтобы постараться понять сущность каждого из них.

Идеология, которую пропагандировал Адольф Гитлер, - «национал-социализм». «Нацизм» - это сокращение. Однако советские ученые политику Гитлера называли «фашизмом» или «гитлеризмом», так как национал-социализм в советской исторической науке было принято считать частным случаем фашизма. Именно поэтому в нашей работе мы будем использовать более точный термин «национал-социализм».

Важно также отметить особенности наименования государства. Формально Пауль фон Гинденбург назначил Адольфа Гитлера канцлером Веймарской Республики 30 января 1933 года. После установления диктатуры НСДАП в период с 28 февраля 1933 года, с чем связано событие, о котором

будет позже рассказано в нашей работе, по 1943 год государство носило название Германский Рейх, а в 1943-1945 годы – Великогерманский Рейх. Ввиду сложной ситуации в 1943 году на Восточном Фронте партийным руководством было принято решение переименовать государство для демонстрации превосходства над всей Евразией.

Источники идеологии национал-социализма



Фридрих Ницше (1844-1900 гг.)
– немецкий мыслитель,
классический филолог,
композитор, поэт.

Миф о Ницше как о философе насилия и жестокости использовался нацистскими идеологами при создании теории “национального вождя”, оформившейся при гитлеровском режиме в фюрер-принцип.



Жозеф Артюр де Гобино (1816-1882 гг.) - французский писатель-романист, социолог, автор «арийской» расовой теории.

Ж. А. Гобино сформулировал идею о том, что неравенство, связанное с расовыми различиями, и вытекающая из него борьба рас, являются движущей силой развития народов.



Хьюстон Стюарт Чемберлен (1855-1927 гг.) - англо-немецкий писатель, социолог, философ.

Х. Чемберлен заявлял, что “германцы принадлежат к той группе особо одаренных рас, которую называют арийцами”. Они физически и духовно превосходят всех прочих людей, поэтому призваны стать “владыками мира”.

Слайд 5

Чтобы рассмотреть основные методы пропаганды национал-социалистической идеологии, необходимо понять, в чем заключалась суть данной идеологии. Главные идеи, на которых основывался Гитлер в своей политике: культ сильного правителя, борьба рас как движущая сила развития народов и превосходство арийской расы.

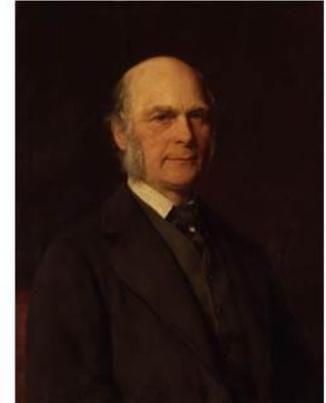
Интеллектуальной основой для формирования идеологии послужили труды Фридриха Ницше, Жозефа Гобино, Хьюстона Чемберлена.

Евгеника (негативная и позитивная)

Евгеника (от др.-греч. εὐγενής — хорошего рода, благородный) — учение о селекции применительно к человеку, а также о путях улучшения его наследственных свойств. Термин был введен Фрэнсисом Гальтоном в 1883 году.

Позитивная	Негативная
Содействие воспроизводству людей с признаками, которые рассматриваются, как ценные для общества (отсутствие наследственных заболеваний, хорошее физическое развитие и высокий интеллект).	Прекращение воспроизводства лиц, имеющих наследственные дефекты, либо тех, кого в данном обществе считают расово, физически или умственно неполноценными.

Идеологи национал-социализма совместно с учеными-евгениками и врачами еще в 1920–1930-ые годы приступили к разработке теории «расовой гигиены».



Фрэнсис Гальтон (1844-1900 гг.)
— английский исследователь, географ, антрополог и психолог; основатель дифференциальной психологии и психометрики, статистики.

Слайд 6

Национал-социалисты использовали науку не только как основу для своей идеологии, но и как метод пропаганды. Ярким примером тому является евгеника.

Евгеника послужила научным обоснованием проведения политики антисемитизма. Уверенность немцев в справедливости политики НСДАП основывалась в том числе и на доверии к ученым, говорившим об опасности вырождения нордической расы и ее расовом превосходстве. Роль евгеники была сведена к пропаганде антисемитизма.

Идеология НСДАП

Автобиографическая книга лидера НСДАП Адольфа Гитлера, в которой он описывает процесс своего становления антисемитом, излагает свои политические убеждения и планы на будущее Германии.

Содержание: «Mein Kampf» состоит из 2 частей. В первой части рассказывается о своем детстве, семье и учебе. Описывается становление своей личности и то, как у Гитлера появились мысли о формировании единого немецкого государства. Во 2 части рассказывается о идеях национал-социализма: превосходство арийской нации над другими, враждебное отношение к евреям, славянофобия, неприятие социал-демократии.



«Моя борьба»
А. Гитлер (1925-1926 гг.)

Официальная программа НСДАП с 1 апреля 1920 года.

Содержание: Первые 10 и последние 8 из «25 пунктов» представляют национальную или патриотическую часть национал-социализма. Далее начинаются крайне важные семь пунктов, с 11 по 17, которые составляют социалистическую часть национал-социализма и, вместе с патриотической частью, предоставляют партии два блока, обращенных к избирателям.



«25 пунктов» А. Гитлер, Г.
Федер, А. Дрекслер (1920 г.)

Слайд 7

Идеология занимала центральную позицию в национал-социалистическом движении, но ее четко сформулированных письменных изложений практически не было: «25 пунктов» Гитлера, Федерера, Дрекслера и автобиография Гитлера «Моя борьба» («Mein Kampf»). Во многом национал-социалистическую идеологию определил сам Гитлер. Она содержалась в его выступлениях, политических заявлениях и приказах. В связи с чем могла изменяться, и действительно изменялась, так как менялись цели Гитлера. Идеология распространялась среди немцев при помощи активной пропаганды.

Версальский мирный договор (1919 г.)

Версальско-Вашингтонская система международных отношений — мировой порядок, основы которого были заложены по завершении Первой мировой войны 1914—1918 годов Версальским мирным договором, договорами с союзниками Германии, а также соглашениями, заключёнными на Вашингтонской конференции 1921—1922 годов. Действовала в 1919—1932 и была призвана формально закрепить итоги Первой мировой войны.



Карта Германии после подписания Версальского мирного договора 1919 г.

Версальский договор определял новые границы Европы, передел колоний и содержал устав Лиги наций. От Германии отторгались Эльзас и Лотарингия в пользу Франции, небольшая часть территорий в пользу Бельгии, Чехословакии и Дании. На востоке Германия расчленялась — восстановленной Польше возвращался выход к Балтийскому морю. Все германские колонии отходили к Великобритании, Франции и Японии.

Слайд 8

В процессе формирования национал-социалистической идеологии Адольф Гитлер опирался на ключевой факт в истории Веймарской Республики — поражение Германской Империи в Первой Мировой Войне. Версальский договор был крайне невыгодным для немцев: он стал причиной политической нестабильности, экономических кризисов, обнищания широких слоёв населения.

30 января 1933 года на фоне острейшего экономического и политического кризиса президент страны Пауль фон Гинденбург назначил канцлером Веймарской Республики лидера национал-социалистов Адольфа Гитлера. Гитлер пришел к власти, опираясь на прямую поддержку официальных и неофициальных правящих кругов и стоящих за ними реакционных социально-политических сил, которые считали необходимым установить в стране авторитарный режим, чтобы покончить с ненавистной демократией и республикой.

Пауль Йозеф Геббельс (1897–1945 гг.)



П.Й. Геббельс (1934 г.)

Немецкий политик, один из ближайших сподвижников и верных последователей Адольфа Гитлера.

- 1921 г. – докторская степень по философии;
- Гауляйтер Берлина (28 октября 1926 — 1 мая 1945 гг.);
- Рейхсляйтер (апрель 1930 — 1 мая 1945 гг.);
- Рейхсминистр народного просвещения и пропаганды Германии (13 марта 1933 года — 1 мая 1945 года);
- Имперский комиссар обороны Берлина (16 ноября 1942 — 1 мая 1945 гг.);
- Имперский уполномоченный по тотальной военной мобилизации (25 июля 1944 — 1 мая 1945 гг.);
- Рейхсканцлер Германии (30 апреля — 1 мая 1945 г.)

Пауль Йозеф Геббельс родился 29 октября 1897 года в Германской империи, в Рейдте, небольшом городке промышленного типа. Отец Йозефа Фридрих работал служащим на фабрике по изготовлению ламп, а затем занимался бухгалтерией, а мать Мария вела домашнее хозяйство и воспитывала, помимо Йозефа еще пятерых детей: два сына и три дочери. Мария была уроженкой Голландии и не имела начального образования, поэтому до конца жизни говорила на просторечном немецком диалекте.

Слайд 9

Но Адольф Гитлер смог удержать власть, справиться с кризисом. Идеология стала одним из главных инструментов сохранения и укрепления власти. Кто же занимался пропагандой идеологии национал-социализма? Доктора Йозефа Геббельса смело можно назвать одним из самых известных пропагандистов 20 века. Именно он сыграл огромную роль в становлении личности Адольфа Гитлера синонимом национал-социализма.

Геббельс с успехом использовал эффективные методы американцев, которые традиционно ловко манипулировали массовым сознанием: будничные рассказы (когда по радио и на ТВ спокойным голосом сообщалось об убийствах, насилии и расстрелах), эмоциональный резонанс (способ, снимающий психологическую защиту толпы и провоцирующий на эмоции даже флегматичных людей) и многое другое.

Принципы пропаганды Геббельса

1. *Пропаганды должно быть много*: народ способен усвоить лишь ту информацию, которую ему повторят тысячи раз.
2. *Предельная простота любых посланий*: каждый индивид должен суметь осознать услышанное или прочитанное.
3. *Максимальное однообразие ясных, кратких, хлестких посланий*: ”Пропагандировать наш лозунг мы можем и должны с самых различных сторон, но итог должен быть один и тот же, и лозунг неизменно должен повторяться в конце каждой речи, каждой статьи”.
4. *Никаких дифференциаций*: пропаганда не должна позволять сомневаться, колебаться, рассматривать различные варианты и возможности.
5. *Воздействовать в основном на чувства и лишь в самой малой степени апеллировать к мозгу*.
6. *Шок и ложь*: информация должна шокировать, ведь только такие послания быстро распространяются среди людей. Адекватные сведения проходят незамеченными.

Пропаганда – система взглядов, идей, мнений, внушаемых с целью позитивного или негативного воздействия на сознание людей и изменение их поведения в желательном для пропагандиста направлении.

Слайд 10

Начиная с 1913 года, Йозеф Геббельс вел подробные дневники, описывающие его жизнь в качестве главного пропагандиста национал-социализма в гитлеровской Германии, которые на данный момент являются ценным историческим документом. Именно благодаря им мы можем получить достаточно полное и достоверное представление о принципах пропаганды НСДАП. На протяжении всего периода правления Адольфа Гитлера принципы пропаганды национал-социализма оставались неизменными. Именно в соответствии с ними разрабатывалась вся методология пропаганды, которая менялась в зависимости от идеологии, которая, как упоминалось ранее, формировалась самим Гитлером в зависимости от текущих целей. Рассмотрим по отдельности методы пропаганды национал-социализма в разные периоды правления Адольфа Гитлера. Важно отметить, что в нашей работе будут использована терминология, применяемая в сфере пиар-менеджмента, так как сами национал-социалисты не давали своим методам названий, применяя их.

Методы пропаганды в Веймарской Республике (1919-1933 гг.)

1. *Метод демонизации врага:* «мы» - немцы ловко противопоставлялись национал-социалистами «им» - не немцам, иностранцам, и в особенности евреям, национальному меньшинству, «паразитирующему» на теле германцев.
2. *Метод провокации:* поводом для нападения на марксистов члены НСДАП избирали клевету о том, что якобы «марксисты хотели взорвать зал, где проводился национал-социалистический митинг». Данный факт обсуждался в прессе - Гитлер и НСДАП приобретали известность.
3. *Концентрический метод:* проведение «ударных пропагандистских акций». Они должны были наполнять пропагандой все районы страны не только во время предвыборной кампании, но и в течение всего календарного года. Для этой цели в каждом округе через 7-10 дней предполагалось проводить от 70 до 200 митингов.
4. *Метод эмоционального резонанса:* важным элементом гитлеровской пропаганды являлись проходившие с 1923 г. съезды НСДАП. Партийные конгрессы, представлявшие собой массовые митинги, каждый участник которого чувствовал себя увереннее и сильнее в единстве общей массы, созывались с целью демонстрации величия германской нации.

Слайд 11

Национал-социалистическая идеология 1920-х гг. сформировалась под воздействием последствий Первой мировой войны и послевоенного развития Германии.

В годы, предшествовавшие приходу к власти, НСДАП активно занималась вопросами национальной агитации и пропаганды. В борьбе за влияние в массах они использовали социальную и национальную демагогию, провокации и новейшую технику своего времени.

Однако до 1928 г. НСДАП не располагала серьезной пропагандистской организацией. Её агитационная работа носила преимущественно хаотичный характер и приобрела стройную систему только после создания Имперского управления пропаганды (РПЛ) и назначения её руководителем в 1929 г. Йозефа Геббельса.

Проиллюстрируем рассмотренные на слайде методы примерами.

Методы пропаганды в Веймарской Республике (1919-1933 гг.)

Метод демонизации врага

Нацистские идеологи в своей характеристике евреев использовали биологические понятия. Так, они отождествляли еврейский народ с биологическим видом паразитов, которые прикреплялись к живому организму и жили за счет его. Гитлер писал, что «евреи были и остаются типичными паразитами». При этом он считали, что «иудей представляет прямую противоположность арийцу», не имевший ни какой «истинной культуры», и вся «внешняя культура современного еврея на деле есть только извращенная им культура других народов».

Метод провокации



Горящий Рейхстаг
(27 февраля 1933 г.)

Поджог Рейхстага - по официальной версии нацистов, поджог был совершён нидерландским коммунистом Маринусом ван дер Люббе, за что он был приговорён к смертной казни.

К лету 1933 года были ликвидированы или заявили о самороспуске все политические партии Германии, кроме НСДАП.

Слайд 12

Среди всех методов, использовавшихся идеологами НСДАП в период существования Веймарской Республики, самым известным можно назвать метод демонизации врага. Существует большое количество научных исследований по теме конструирования образа врага в национал-социалистической пропаганде в Веймарской Республике. Например, на слайде представлено мнение доктора исторических наук Сергея Викторовича Артамошина [1]. Действие данного метода было направлено не только на евреев, но и на другие социальные группы: членов Коммунистической партии Германии, например. Но антисемитизм оставался характерной чертой политики Адольфа Гитлера на протяжении всего периода его правления.

Метод провокации использовался в большей степени в период Веймарской Республики. На предыдущем слайде показано, как провокация стала поводом для создания так называемой «службы порядка», которая в ноябре 1921 года получила название штурмовых отрядов – СА, как утверждает кандидат исторических наук Ольга Ивановна Рудая [11].

Методы пропаганды, выделяемые в нашей работе, продолжали использоваться на протяжении всего периода правления Адольфа Гитлера. Особое внимание уделяется лишь наиболее эффективным, на наш взгляд, в рассматриваемые исторические периоды методам. Другим ярким примером применения метода провокации является поджог Рейхстага членами Коммунистической партии Германии. На местах начались акции «народного гнева», заключающиеся в захвате или блокировании работы местных органов власти нацистскими активистами и штурмовиками. Вскоре местные администрации оказались под контролем нацистов. Именно это событие стало поводом для установления диктатуры НСДАП 28 февраля 1933 года, о чем уже упоминалось в самом начале нашего доклада.

Методы пропаганды в Веймарской Республике (1919-1933 гг.)

Концентрический метод



**Демонстрация SA и SS. Брауншвейг
(1931 г.)**

Метод эмоционального резонанса



**Предвыборная конференция партии
НСДАП. Берлин (сентябрь 1930 г.)**

Слайд 13

Концентрический метод и метод эмоционального резонанса имеют много общих черт, но существуют между ними также и существенные различия, позволяющие отличать один от другого. Концентрический метод направлен на увеличение количества пропагандистских акций. Метод эмоционального резонанса позволяет создать ощущение единства толпы.

Методы пропаганды в Германском Рейхе (1933-1938 гг.)

1. *Метод создания культа личности:* по отношению к основной массе населения Германского Рейха культ фюрера был эффективным средством сплочения нации. Культ личности Гитлера стал одним из главных факторов, обеспечивавших национал-социалистам массовую поддержку населения.
2. *Метод фиксации данных на цыган и евреев:* IBM использовались нацистами при переписи населения и для составления списков граждан Германского рейха — с указанием национальности, адресов и банковских счетов. Это помогало выявлять евреев, цыган, гомосексуалистов и "умственно неполноценных" и организовывать их отправку в концлагеря, где для учета заключенных также использовалось оборудование IBM.
3. *Метод мифологизации партии:* объединяя историю своей собственной жизни с политической идеологией и аргументами в пользу расового насилия, Гитлер написал книгу, которая была и остаётся самой спорной писательской работой.
4. *Метод цензуры:* Министерство народного просвещения и пропаганды взяло под свой контроль все СМИ в Германском Рейхе — газеты, журналы, книги, а также общественные митинги, собрания, живопись, музыку, кино и радио. Любое инакомыслие, противоречившее национал-социалистическим идеям или угрожавшее самому режиму, подвергалось цензуре и уничтожалось во всех источниках.

Слайд 14

В 1933 году Гитлер стал фюрером Германского Рейха. Пропаганда в этот период стала более централизованной благодаря учреждению нового ведомства — Министерства народного просвещения и пропаганды во главе с Паулем Йозефом Геббельсом, который к тому моменту уже руководил партийной пропагандой. Методы, которые использовались в Веймарской Республике, не утратили своего значения. Однако появились и новые: создание культа личности, фиксации данных на цыган и евреев, мифологизации партии, цензуры.

Проиллюстрируем данные методы примерами.

Методы пропаганды в Германском Рейхе (1933-1938 гг.)

Метод создания культа личности



«Гитлер строит, помогите»
(1935 г.)

Метод фиксации данных на цыган и евреев

В 1933 г. компания «International Business Machines» (IBM) впервые табулировала нацистскую перепись населения. Основой для идентификации служила анкета, которая с помощью невинных на первый взгляд вопросов, в процессе обработки, должна была выявить среди населения евреев. Машины позволяли методом перекрестного анализа выявлять даже евреев, тщательно скрывавших свое происхождение уже несколько поколений. Вся информация, в случае сомнений, перепроверялась.

Слайд 15

Культ личности был широко распространенным методом в довоенный период Германского Рейха. Неуклонно придерживаясь идеи о том, что народом и государством должен руководить один человек, Гитлер проводил сравнение между Германией и Италией, обращая внимание на то, что в последней «Дуче не стал единовластным диктатором». В Германии же, по утверждению нацистского политолога Э. Хубера, «вся публичная власть в государстве, как и в движении, происходила из власти фюрера, являвшейся "всесторонней и тотальной, исключительной и неограниченной"» [8].

Логичным продолжением применения метода демонизации врага, рассмотренного ранее, является пропаганда уничтожения врага. Но для этого сначала было необходимо определить, кого следует относить к категории «враг». Так появился метод фиксации данных на цыган и евреев. Без идентификации и селекции евреев невозможно было бы их уничтожить.

Методы пропаганды в Германском Рейхе (1933-1938 гг.)

Метод мифологизации партии



«Германия»
(1935 г.)

Метод цензуры

С начала 1933 г. НСДАП, Министерство народного просвещения и пропаганды во главе с Йозефом Геббельсом работал над составлением списка писателей, поэтов и философов, подлежащих запрету в Германском Рейхе. 26 марта в газете «Berliner Nachtaufgabe» появился перечень из 71 неудобного нацистам писателя, который вскоре был расширен до 127 фамилий. Отдельно были составлены списки «идеологически вредных» философов, историков и политиков. Согласно подсчётам историков, в общей сложности запрету в Германском рейхе подлежали книги примерно 300 авторов — как немцев, так и иностранцев.

Слайд 16

По мнению кандидата философских наук Дмитрия Николаевича Павлова, действенность, уникальность и универсальность мифологизации как составляющей технологического арсенала пропаганды заключается в том, что миф поддерживает и усиливает желание социальной группы или сообщества, мотивируя и мобилизуя ее активность в нужном для субъекта мифотворчества направлении. Эффективность мифологизации как метода пропаганды заключается в том, что незаметно для восприятия большинства она заставляет относиться к символическим и воображаемым объектам как к настоящим [7].

«Германские власти пошли путём, привычным для многих других тоталитарных государств — путём запрета неудобных книг. Однако гитлеровский режим не был бы самим собой, если бы не превратил это в шумную пропагандистскую акцию», — подчеркнул российский историк Константин Александрович Залесский [5].

Методы пропаганды в Германском Рейхе (1939-1943 гг.) и Великогерманском Рейхе (1943-1945 гг.)

- 1. Метод создания культа силы:* правительство Германского Рейха и Великогерманского Рейха старалось проводить постоянные парады с участием войск и техники, при любом удобном случае политики произносили воинственные речи, кроме того, с одобрения правительства в странах стали появляться военизированные массовые движения.
- 2. Метод военной цензуры:* в 1939 г. офисы цензуры были созданы по всей Германии и на всех оккупированных территориях. Эти офисы первоначально подчинялись военной разведке и контрразведке (Абвер), а в 1944 году были переведены в подчинение Главного управления безопасности Рейха. Система политической цензуры в Германском Рейхе и Великогерманском Рейхе поглотила в себя военную цензуру, сделав ее мелкой составляющей глобальной системы контроля за населением.
- 3. Метод дезинформации:* для того, чтобы препятствовать упадку морального духа и для поддержания веры в «конечную победу», поражения войск на фронтах интерпретировалось как «успешные операции по сокращению линии фронта».
- 4. Метод устрашения:* на завершающем этапе Второй Мировой войны в Европе национал-социалистические идеологи устрашали немецкое население и солдат Вермахта последствиями поражения Великогерманского Рейха, призывая к отчаянному сопротивлению советским войскам, запугивая «зверствами русского солдата».

Слайд 17

С началом Второй Мировой войны процесс пропаганды значительно усложнился. Пропаганда должна была действовать в трех основных направлениях: сам Германский Рейх и Великогерманский Рейх, оккупированные территории и армия противника. Рассмотрим по отдельности методы, которые применялись в каждом из названных направлений.

Методы пропаганды на территории Германского Рейха и Великогерманского Рейха были направлены на подъем боевого духа населения. На завершающем этапе Второй Мировой войны, когда исход становился все более очевидным, пропаганда перестала быть эффективной. Методы пропаганды даже начали подрывать доверие населения к фюреру и правительству Великогерманского Рейха.

Проиллюстрируем рассмотренные на слайде методы примерами.

Методы пропаганды в Германском Рейхе (1939-1943 гг.) и Великогерманском Рейхе (1943-1945 гг.)

Метод создания культа силы



**Военный марш в честь 50-тилетия
Адольфа Гитлера. Берлин (1939 г.)**

Метод военной цензуры



**Письмо в Дрезден со штампом военной
цензуры (1945 г.)**

Слайд 18

Применения метода создания культа силы подразумевало использование любого повода для демонстрации мощи вооружения и армии. В свой 50-тилетний юбилей Адольф Гитлер продемонстрировал новые типы вооружений. На параде было продемонстрировано крупнокалиберное вооружение ВВС, в том числе те виды пушек, которые никогда ранее в Берлине не выставлялись. Некоторые виды орудий имели столь внушительные размеры, что для транспортировки их отдельных сегментов понадобились четыре грузовика и, кроме того, – еще один грузовик для перевозки ствола.

Появление метода военной цензуры являлось логичным продолжением метода цензуры, использовавшегося в мирное время в Германском Рейхе и Великогерманском Рейхе. В подробных руководящих указаниях указывалось, какие события могут быть или не могут быть сообщены и как освещать в новостях. Журналисты или редакторы, которые не выполняли эти инструкции, могли быть уволены или, если считали, что они действуют с намерением причинить вред Германии, отправлялись в концентрационный лагерь. Вместо

того чтобы подавлять чужие новости, нацистский пропагандистский аппарат стремился жестко контролировать свой информационный поток, его интерпретацию и лишать доступа населения к альтернативным источникам информации.

Методы пропаганды в Германском Рейхе (1939-1943 гг.) и Великогерманском Рейхе (1943-1945 гг.)

Метод дезинформации

Для укрепления боевого духа «арийской нации» нужно было не только завоевать новое пространство и поднять экономику, но и изменить сам образ мысли людей.

Данный метод пропаганды был направлен на формирование у населения уверенности в успехе немецкой армии. Очевидцы свидетельствовали, что подавляющее число немцев весной 1945 года было уверено в приближении победы Великогерманского Рейха, хотя на самом деле немецкая армия к тому времени уже потерпела сокрушительное поражение.

Метод устрашения



Лозунг «Победа или Сибирь?» (1944 г.)

Немецкая пропаганда использовала этот лозунг для убеждения немецкой армии в том, что теперь всех немецких пленных будут передавать русским и отправлять в ссылку в Сибирь.

Слайд 19

Метод дезинформации стал необходим на завершающем этапе Второй Мировой войны. После поражений Вермахта на советско-германском фронте нацистское руководство для стабилизации своих позиций было вынуждено дезинформировать население Великогерманского Рейха.

Метод устрашения был последней попыткой поднять боевой дух солдат. Когда в рядах немецких солдат окончательно сложилось убеждение, что война скоро закончится, американцы из опроса пленных заключили, что многие немецкие войска воюют так ожесточенно только потому, что не хотят быть отправленными в качестве пленных в Америку, опасаясь, что из-за океана им будет труднее вернуться на родину. Это заставило американцев быстро уничтожить сотни тысяч пропагандистских листовок, изображавших немецких пленных на пути в Америку, и заменить их новыми листовками, в которых объявлялось, что пленные немцы отныне не поедут в Америку, а будут содержаться в лагерях на территории Западной Франции. Немецкая пропаганда

немедленно опубликовала эту листовку как «доказательство» того, что теперь всех немецких пленных будут передавать русским и угонять в Сибирь.

Методы пропаганды на оккупированных территориях (1939-1945 гг.)

1. *Метод информационной блокады:* информационная блокада жителей захваченных населенных пунктов. Власти сразу же изымали у населения радиоприемники, ограничивали свободу передвижения, что резко снижало возможность получения объективных сведений о ситуации на фронтах, в тылу и даже в соседних районах.
2. *Метод избирательной правды:* техника пропаганды, при которой манипулятор говорит зрителям правду, но лишь ту ее часть, которая ему выгодна, замалчивая остальное. Национал-социалистические пропагандисты в своих интересах использовали сведения о перегибах, имевших место во внутренней политике советского руководства в предвоенные годы, акцентируя внимание населения на необоснованности коллективизации, массовых репрессий, гонений церкви. Со страниц прессы читателю внушалась мысль о том, что исход войны предрешен в пользу Великогерманского Рейха.
3. *Метод авторитета:* следовало воспитывать лояльность к оккупантам. С этой целью, например, германский министр пропаганды Йозеф Геббельс позировал перед фотокамерами вместе со звездами французской культуры.

Слайд 20

Во время Второй мировой войны длительную оккупацию больших и разнородных густонаселенных пространств территории врага производила только одна сторона — Германия и её союзники. Именно опыт Германии в этом смысле представляет наибольший интерес. Поскольку к различным территориям, оказавшимся в оккупации, у немцев был разный интерес, соответственно различными были способы управления подвластными странами и применявшиеся пропагандистские приёмы. Так, жители захваченной Скандинавии считались «арийцами», полноценными гражданами Рейха, которые должны принимать активное участие в его делах. Французы считались цивилизованным, но чуждым народом, в котором следовало воспитывать лояльность к оккупантам.

Политика на востоке, в Польше и захваченных районах Советского Союза была иной. Поскольку славяне считались неполноценной расой, то в перспективе предполагалось их уничтожение или онемечивание. В качестве

первого шага в этом направлении проводилась работа по уничтожению наиболее сильных национальных культур и разобщению людей.

Проиллюстрируем рассмотренные на слайде методы примерами.

Методы пропаганды на оккупированных территориях (1939-1945 гг.)

Метод информационной блокады

Наиболее крупные типографские центры, издававшие в период оккупации коллаборационистские газеты, были расположены в Смоленске, Риге, Пскове, Орле. Смоленск стал своеобразной литературной столицей оккупированной территории РСФСР. В 1942 г. издательская деятельность находилась под строгим контролем немецкого отдела пропаганды, руководили ею немецкие офицеры. Массовыми тиражами в смоленской типографии печатались многополосные газеты «Новый путь», «Колокол», «Речь», «Возрождение», «Доброволец», журналы «Школьник», «Школа и воспитание» и листовки.

Метод избирательной правды



Оккупационная газета «Восход». Белгород (8 февраля 1942 г.)

Данные Совинформбюро о потерях:

- Германский Рейх: 5 самолетов, 8 танков, около 100 автомашин с пехотой и грузами, 80 повозок с боеприпасами, 1 миномётная батарея, взорвано 9 железнодорожных вагонов, 2 батальона пехоты противника;
- СССР: 3 самолета.

Слайд 21

В качестве инструмента пропаганды на оккупированных территориях часто использовались оккупационные газеты. Если рассматривать пропаганду на оккупированных немецкими войсками территориях СССР, в общей сложности издавалось 260 коллаборационистских газет и журналов. С их помощью становилось возможным применение сразу нескольких методов пропаганды.

По причине того, что основным источником информации о событиях, происходящих на фронте, становились оккупационные газеты, в которых информация преподносилась не в полном объеме и в выгодном для нацистов свете, закономерно говорить о методах информационной блокады и избирательной правды соответственно.

Методы пропаганды на оккупированных территориях (1939-1945 гг.)

Метод авторитета



Кнут Гамсун (1859-1952 гг.) - норвежский писатель, лауреат Нобелевской премии по литературе за 1920 год.

В годы оккупации Норвегии немецкими силами К. Гамсун агитировал в пользу норвежского коллаборационистского правительства и призывал норвежцев не сопротивляться оккупации. Во время Второй Мировой войны К. Гамсун приезжал в Великогерманский Рейх и встречался с А. Гитлером. Й. Геббельсу он подарил свою медаль нобелевского лауреата: "У меня нет ничего более ценного, чем эта медаль, поэтому я дарю её вам".



Эдуард VIII (1894-1972 гг.) - король Великобритании, Ирландии и Британских заморских доминионов, император Индии на протяжении 10 месяцев: с 20 января по 11 декабря 1936 года; не был коронован.

Согласно архивным документам, бывший король Великобритании Эдуард VIII хотел, чтобы нацисты бомбили Англию. Переписка между герцогом Виндзорским и немецкими родственниками, которая хранится в Королевском архиве, до сих пор закрыта для историков. Эдуард, ставший после отречения герцогом Виндзорским, был известен своими сильными нацистскими симпатиями.

Слайд 22

Метод авторитета основывался на личных симпатиях национал-социализму людей, чье мнение имело вес для населения оккупированных территорий. На слайде представлено 2 ярких примера таких личностей.

Методы пропаганды против армии противника (1939-1945 гг.)

1. *Метод устрашения.*

2. *Метод манипуляции фактами:* активно использовались факты захвата в плен или гибели значимых фигур противника (немецкие листовки с Яковом Джугашвили, сыном Сталина, сына Хрущёва Леонида, крупных военачальников), в том числе и с элементами фальсификации материалов (фотоснимков, высказываний и т. п.).

3. *Метод своего человека:* техника заключается в том, что уровень доверия аудитории повысится, если говорить с ней «на ее языке». Листовки, радио вело пропаганду исключительно на языке противоборствующей армии.

Слайд 23

Основной целью пропаганды на территории противника было запугивание и убеждение в том, что исход Второй Мировой войны предрешен.

Проиллюстрируем рассмотренные на слайде методы примерами.

Методы пропаганды против армии противника (1939-1945 гг.)

Метод устрашения



Пропуск для перебежчиков

Метод манипуляции фактами



Агитационная листовка с использованием личности Я.И. Джугашвили

Слайд 24

Основной целью пропаганды на территории противника было запугивание и убеждение в том, что исход Второй Мировой войны предрешен. Для этих целей чаще всего использовались листовки. Точно датировать какую-либо из агитационных листовок, в отличие от плакатов, не представляется возможным.

Метод устрашения заключался в следующем: солдатам на поле боя внушалось, что немецкая армия почти одержала победу и единственный способ остаться целым и невредимым – сдаться нацистам.

Листовка с сыном Иосифа Виссарионовича Сталина является ярким примером применения метода манипуляции фактами. 16 июля 1941 года оказался в плену, был отправлен в сборный лагерь Березина, где еще не был опознан, но 18 июля 1941 года был первый раз допрошен уже как сын Иосифа Виссарионовича Сталина. Далее Яков Джугашвили якобы выступил с заявлением, что борьба против германских войск бессмысленна. Текст заявления даже печатали на листовке, служившей для советских солдат

«пропуском» в немецкий плен. Там же была и фотография Якова Джугашвили. Но точно опознать человека в красноармейской шинели на фотографии рядом с немецкими солдатами не представляется возможным. Также доподлинно неизвестно, что случилось с Яковом Джугашвили в плену, так единственным источником информации являются данные нацистов.

Методы пропаганды против армии противника (1939-1945 гг.)

Метод своего человека



Агитационный плакат на белорусском языке



Агитационный плакат на украинском языке



Агитационный плакат на русском языке

Слайд 25

Важным методом пропаганды был принцип: с людьми говорили на их языке. Известны нацистские плакаты на русском, украинском, белорусском. И везде немецкие солдаты – добрые освободители и враги большевиков.

Заключение

1. Метод демонизации врага.
2. Метод провокации.
3. Концентрический метод.
4. Метод эмоционального резонанса.
5. Метод создания культа личности.
6. Метод фиксации данных на цыган и евреев.
7. Метод мифологизации партии.
8. Метод цензуры.
9. Метод создания культа силы.
10. Метод дезинформации.
11. Метод устрашения.
12. Метод информационной блокады.
13. Метод избирательной правды.
14. Метод авторитета.

Слайд 26

На данном слайде представлено все рассмотренные нами методы пропаганды национал-социализма в период 1919-1945 годов.

Список источников и литературы

1. Артамошин С. В. Образ врага в нацистской идеологии веймарского периода // <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-vraga-v-natsistskov-ideologii-veymarskogo-perioda>
2. Барякина Э. Почему немцы поддержали Гитлера // https://www.youtube.com/playlist?list=PLY_3OCJdnI3YyNAscZ0GigKuenIfc0WQy
3. Гитлер А. Mein Kampf // <https://ru.pdfdrive.com/Адольф-Гитлер-Майн-Кампф-e362> .
4. Доктор Геббельс – главный пропагандист Рейха // <https://propagandahistory.ru/242/Doktor-Gebbels---gla> .
5. Зачем в нацистской Германии сжигали книги // <https://news.rambler.ru/other/39808404-zachem-v-natsistskoy-germanii-szhigali-knigi/>
6. Иллюстративные материалы (плакаты времен Второй мировой) // <https://propagandahistory.ru/ww2-german/>
7. Павлов Д. Н. Мифологизация как инструмент политической пропаганды // <https://cyberleninka.ru/article/n/mifologizatsiya-kak-instrument-politicheskoy-propagandy>
8. Паламарчук Е. А. Пропагандистский образ фюрера в восприятии немецкого общества (1933-1945) // <https://cyberleninka.ru/article/n/propagandistskiy-obraz-fyurera-v-vostryatii-nemetskogo-obschestva-1933-1945>
9. Пропаганда в Третьем рейхе // <http://www.historicus.ru/propaganda/>
10. Различия между фашизмом и нацизмом // <https://news.rambler.ru/other/40562549-chem-otlichaetsya-ideologiya-fashizma-ot-natsional-sotsializma/>
11. Рудая О. И. Нацистская агитация и пропаганда в веймарской республике // <https://cyberleninka.ru/article/n/natsistskaya-agitatsiya-i-propaganda-v-veymarskoy-respublike>
12. Сороченко В. А. Энциклопедия методов пропаганды. Мн., 2006 // <https://psyfactor.org/propaganda.htm>

Слайд 27

Наш доклад основывается на данных источниках и литературе.



Анастасия Симанова
ПМФ-19

Виктор Донцов
ПМФ-19

Никита Крапивин
ПМФ-19

Оксана Тилинова
ПМФ-19



Спасибо за внимание!

Слайд 28

Спасибо за внимание!

Резюме для СМИ.

Рассмотрение методов пропаганды национал-социализма – чрезвычайно актуальная проблема в современном мире. Методы пропаганды идеологии в стране, которая начала Вторую Мировую войну, до сих пор используются в политике. Понимание механизма их действия – ключевой фактор предотвращения подобных событий, на наш взгляд. История циклична, как утверждает историческая наука. Спустя практически 90 лет с момента прихода Адольфа Гитлера к власти в обществе снова появляются приверженцы национал-социалистической идеологии в ее современной интерпретации. Знание методов пропаганды национал-социализма может научить общество

быть более разумным и не поддерживать подобные радикальные течения, какими бы привлекательными их не представляли их приверженцы.