

ББК 63.3(2)622

А.К. Кузнецов

О специфике информационной войны нацистской Германии против СССР

A.K. Kuznetsov

About Specificity of the Information War against the USSR by Nazi German

Статья посвящена анализу феномена информационно-пропагандистской войны на примере нацистской пропаганды в отношении СССР как в период, предшествующий нападению на Советский Союз, так и в ходе Великой Отечественной войны. Делается попытка исследовать не только структуру и технологии информационного воздействия пропаганды на советское общество, но и содержательный аспект – те стереотипы и образы, которые внедрялись в сознание обывателей в СССР.

Ключевые слова: пропаганда, информационная война, манипулятивная технология, каналы пропаганды, «метод Геббельса».

Пропаганда как технология представляет собой многократное повторение одного и того же информационного сообщения с конкретной целью. Под информационно-пропагандистской войной принято понимать комплекс мероприятий по информационному и пропагандистскому воздействию на сознание большого числа людей для изменения их поведения, мировосприятия и навязывания им выгодных противнику ментальных моделей [1, с. 29]. Объектом воздействия в информационно-пропагандистской войне является массовое сознание противника, при этом учитываются коллективные особенности больших групп людей. Цель информационно-пропагандистской войны — достижение информационного доминирования. Эффективность убеждения измеряется числом людей, у которых данное сообщение вызывает определённую реакцию, направленность же этой реакции несущественна. Основу пропагандистской войны составляет информационная подсистема; конечными целями являются: массированные, скоординированные психологические операции, направленные на деморализацию населения, вызывающие у него панику и шок, дезорганизацию системы государственного управления [2, с. 42].

Информационно-пропагандистскую агрессию нацистов против Советского Союза можно считать предтечей современных войн шестого поколения — информационно-психологических [3, с. 66]. Вот почему важно проанализировать основные элементы

The article analyzes the phenomenon of the war propaganda (on the example of Nazi propaganda against the Soviet Union), as in the period preceding the attack on the Soviet Union, and during World War II. The author attempts to trace not only the structure and impact of information technology in the promotion of Soviet society, but also a substantive aspect – those stereotypes and images that were introduced into the consciousness of ordinary people in the USSR.

Key words: propaganda, information warfare, manipulative technology, channels of propaganda, «method of Goebbels».

информационно-пропагандистских войн нацистской Германии против СССР.

Нацистские пропагандисты использовали особенности человеческой психики с целью информационно-пропагандистского воздействия на советских граждан. Саму же нацистскую пропаганду можно отнести к «вещательной модели» политической коммуникации, так как она предполагала одностороннее распространение информации из центра одновременно многим адресатам на периферии.

Организатором информационно-пропагандистской войны против Советского Союза был министр пропаганды Третьего рейха Й. Геббельс. Его считают основоположником технологии широкого применения всех видов пропаганды: «белой», «серой» и «чёрной».

Проанализируем информационно-пропагандистскую войну нацистской Германии против СССР на конкретных примерах.

Согласно «Ведению психологической войны», белая пропаганда — это пропаганда, которая распространяется и признаётся источником или его официальными представителями [4].

Изначально многие годы нацисты вели антибольшевистскую пропаганду. Однако накануне войны, когда был заключен пакт Молотова-Риббентропа, немцы вдруг «обнаружили», что русские — очень милые и приятные соседи и что можно жить с коммунистическим государством под боком. При этом добрососедские отношения между Германией и СССР подчер-

кивались всеми доступными средствами. В течение двух лет велась активная «белая» пропаганда за мир и дружбу с русскими.

Между тем та же «белая» пропаганда, к примеру, была использована Геббельсом в начале войны против СССР с целью дезинформации советского руководства, которое действительно поверило, что цель продвижения немецких армий в южном направлении — отвлечь резервные части Красной Армии от Москвы. Параллельно нацисты подкрепляли канал любой своей пропаганды специальной манипулятивной технологией. Манипуляция — это вид психологического воздействия, искусное выполнение которого ведёт к скрытому появлению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями. Технология политической манипуляции нацистов предполагала воздействие на массовое сознание и включала следующие компоненты:

1) внедрение в сознание советских граждан под видом объективной информации неявного, но желательного для нацистов содержания («скоро близится конец власти большевиков» и т. п.);

2) воздействие на «болевы́е точки» советского общественного сознания, возбуждающие страх, тревогу, ненависть (политика нацистов по стравливанию советских народов, пропаганда национального суверенитета);

3) реализация замыслов и скрываемых целей, достижение которых нацисты связывали с поддержкой общественным мнением своей позиции [3, с. 68].

В случае с дезинформацией советского руководства по поводу Московского фронта немецкой «белой» пропагандой была использована манипулятивная технология «тоталитарного происхождения» источника сообщения. Важным условием успешности этой технологии является отсутствие реального диалога между СМИ и гражданами по животрепещущим проблемам.

Технология повторения сообщения используется в различных видах современной пропаганды, за что ее даже называли «методом Геббельса». Это маркер любой пропаганды — постоянное повторение действует на подсознание, которое человек плохо контролирует. Белая пропаганда использовалась рейхсфюрером СС Г. Гиммлером на советских оккупированных территориях в рамках политики физического истребления покорённого населения.

Программа нацистской «демографической политики» на территории Советского Союза включала такие компоненты, как пропаганда аборт и противозачаточных средств. Депопуляция рассматривалась нацистским руководством как средство окончательной геополитической победы над славянским миром.

Нацистское руководство применяло против Советского Союза и «серую» пропаганду. Из «Наставления армии США по ведению психоло-

гической войны» следует, что серая пропаганда — это пропаганда, которая специально не идентифицирует свой источник [5].

Так, в качестве примера можно привести тот факт, что когда через четыре часа после начала войны Геббельс обвинил СССР в том, что он никогда и не собирался соблюдать условия Пакта о ненападении, подписанное рейхом, особо подчеркивал существование тайного заговора большевистской политической элиты. Естественно, первоначальный источник такой информации был неизвестен. Здесь нацистами использовалась манипулятивная технология дробления целостной фактологической картины. Это аналогично случаю, когда СМИ хотят исказить истинный смысл информации: они передают ее не целостно, а отдельными элементами.

В другом случае нацистская «серая» пропаганда делала упор на создание негативного образа советского государства. Например, в статье от 6 июля 1941 г. Геббельс писал: «...тех русских, которые будут слушать передачи германского радио на русском языке, ждет казнь» [6]. Источник информации также был не обозначен. С другой стороны, любая пропаганда может идентифицироваться как манипуляция ввиду противоречивости суждений самих пропагандистов. Так, вслед за указанной статьей уже 17 августа 1941 г. Геббельс заявил: «Несколько вероломных негодяев, затесавшихся в наши ряды, приговорены к каторжным работам. В них проснулась тяга к знаниям, и они слушали вражеские программы. В высшей степени примечательно, что Лондонское радио встало на их защиту» [6]. Это именно тот случай, когда «серая» нацистская пропаганда, направленная против Советского Союза, вступила в противоречие с «белой» нацистской пропагандой, нацеленной на немцев.

Еще одна иллюстрация. 15 марта 1945 г. германская пресса опубликовала сообщение, которое можно отнести к «серой» пропаганде. В заметке говорилось, что все мужское население городка Ольс в Силезии было отправлено в Сибирь. Источник этой информации также не упоминался. При этом использовался манипулятивный прием активизации стереотипов, являющийся наиболее грубой технологией. Между тем такая «серая» пропаганда в конце войны полностью провалилась, вызвав сильную панику у немецкого населения.

Теперь рассмотрим применение нацистской Германией «черной» пропаганды против Советского Союза. Черная пропаганда — это пропаганда, которая выдается за исходящую из иного источника, чем подлинный.

В качестве примера «черной» нацистской пропаганды можно упомянуть сообщение о так называемом прорыве немцами «линии Сталина». Министр пропаганды рейха пошёл на элементарный обман, сообщив, что в радиопередачах и газетных статьях пропаганда

Москвы и Лондона хвастливо утверждала, что немцам никогда не прорвать «Сталинскую линию обороны», а теперь говорит, что этой линии никогда не существовало. Это было прямое указание на ложный источник информации. На самом деле целостной «линии Сталина» не было, зато существовали так называемые укрепрайоны, построенные на границе ещё 1929–1935 гг., но когда граница Советского Союза отодвинулась на запад, старые укрепрайоны были частично ликвидированы. Обычно в такой «черной» пропаганде для большей убедительности используется манипулятивная технология подмены информации мнением либо прием изъятия из контекста. В этом случае подспорьем «черной» пропаганды служат те же слухи.

Одним из приемов «черной» пропаганды является манипулятивная технология захвата и присоединения аудитории. Использовалась она, естественно, и нацистами. Первый ее этап (захват) — установление контакта с аудиторией и создание канала, по которому будет идти сообщение путем различных узнаваемых уловок на основе некоей общности интересов (высказывания в сообщении типа «немцы», «коммунисты», апелляция к грубым стереотипам и т. п.), затем следует второй этап — присоединение, когда обозначается такой контакт, который в силу положительного отношения к нему аудитории имеет тенденцию сам себя поддерживать. Параллельно с технологией захвата и присоединения аудитории нацистскими пропаган-

дистами использовался прием прикрытия авторитетом — обычно эту роль выполняли информационные отсылки на политических руководителей [7, с. 151].

Таким образом, нацистская Германия вела против Советского Союза довольно мощную информационно-пропагандистскую войну. Информационно-пропагандистская война нацистов против Советского государства проводилась по трем каналам пропаганды: «белой», «серой» и «черной». Кроме того, каждый вид пропаганды использовал разнообразные технологии манипулятивного характера: тоталитарный характер источника сообщений; сенсационность и срочность сообщения; повторение сообщения; дробление целостной фактологической картины; активизация стереотипов; подмена информации мнением; изъятие из контекста [8]. Степень успешности информационно-пропагандистских войн, проводимых Третьим рейхом против СССР, была неоднозначной. Наиболее эффективной, как показывает исторический анализ, оказалась «белая пропаганда», во многом благодаря предшествующему опыту, который сложился у Министерства пропаганды, а именно пропагандистские кампании: 1934 г. — решение вопроса о статусе Рейнской демилитаризованной зоны; 1937 г. (подготовка к аншлюсу Австрии), 1938 г. (Судетский кризис — информационная война нацистов против Чехословакии) и, наконец, польская кампания 1939 г.

Библиографический список

1. Волковский Н. Л. История информационных войн. — СПб., 2003. — Т. 2.
2. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. — М., 2002.
3. Федорченко С. Н. Информационно-пропагандистская война нацистской Германии против Советского Союза // Наука и молодежь: взгляд в будущее : материалы научно-практической конференции. — М., 2011.
4. Панарин И. Н. СМИ, пропаганда и информационные войны [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.xlibri.ru/elib/panm001/00000065.htm> (дата обращения 15.06.2012).
5. Psychological Operations / Warfare [Electronic resource]. — URL: <http://www.psywarrior.com/psyhist.html> (дата обращения 24.06.2012).
6. Правда о Третьем рейхе (авторский сайт П. Хедрука) [Электронный ресурс]. — URL: <http://hedrook.vho.org/goebbels/> (дата обращения 21.06.2012).
7. Панарин И. Н. Технология информационной войны. — М., 2003.
8. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс]. — URL: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul143.htm#hdr_196 (дата обращения 08.06.2012).