



ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА НАЦИСТСКОЙ ГЕРМАНИИ (1933-1945): АНГЛОЯЗЫЧНАЯ ИСТОРИОГРАФИЯ

В.В. МАЛАЙ¹
С.Ю. КРУПСКАЯ²

*Белгородский государственный
национальный исследовательский
университет*

¹⁾ e-mail: malay_v@bsu.edu.ru

²⁾ e-mail: krupskaya@bsu.edu.ru

Статья посвящена анализу работ ведущих англо-американских специалистов по нацизму и нацистской пропаганде. Рассматриваются основные направления трактовки внешнеполитической пропаганды Третьего Рейха. Дана критическая оценка наиболее значимым работам.

Ключевые слова: нацизм, НСДАП, нацистская пропаганда, идеология, внешняя политика, Третий Рейх, историография.

Английские и американские исследователи традиционно уделяют много внимания нацизму, пропаганде и внешней политике гитлеровской Германии. В работах общего порядка вопросы пропаганды в Третьем Рейхе освещались и освещаются с разной степенью глубины и анализа¹. Так, Дж. Стоекс, не затрагивая ее как таковую, дает характеристику внешнеполитическим установкам Гитлера до и после прихода к власти, его отношениям с Италией, Британией, частично с СССР и США, останавливаясь на нацистской доктрине внешней политике, и полемизирует с ее трактовками историками различных направлений – К. Гильдебрандом, Дж. Вейнбергом, Дж. Ноаксом и Дж. Придхэмом и др.²

В работе Р. Эванса большой пласт фактической истории Германии 1920-1930-х гг. интегрирован с новыми концепциями и интерпретациями. Обращаясь к не потерявшему своей остроты и актуальности вопросу, почему Германия пошла за Гитлером и нацизмом, Эванс подробно рассматривает историю страны в 20-30-е г. XX в. Обосновывая готовность немцев к диктаторской форме правления в начале 1930-х гг., он справедливо апеллирует, в том числе, и к социально-психологическим и этнопсихологическим концепциям³. Освещение проблем пропаганды в данной работе носит во многом подчиненный характер.

Собственно нацистскую пропаганду начинали анализировать еще современники Третьего рейха. Классик теории международных отношений Эдвард Карр подчеркивал роль пропаганды на примере большевиков (1939): «Их основная сила в их влиянии на мнение в других странах»⁴, а известный британский ученый Ф. Бартлет рассматривал ее (1940) как политический инструмент влияния в тогдашних Италии, Германии, СССР⁵. Одну из первых попыток исследования опыта пропагандистского аппарата гитлеровской Германии, пусть и в публицистической форме, предприняли Д. Сингтон и Э. Вейденфельд (1943)⁶. Такой же публицистично-обличительный характер присущ монографии шотландского автора (а в годы Второй мировой войны – ведущего немецкой службы Би-

¹ Evans R.J. *The Coming of the Third Reich*. L., Penguin, 2005; Geary D. *Hitler and Nazism*. Routledge, 1993; Gordon A. Craig. *The German Foreign Office from Neurath to Ribbentrop // The Diplomats, 1919-1939 / Ed. by Gordon A. Craig*. Vol. 2. *The Thirties*. Princeton, 1976. P. 316-688; *The Nazi Revolution. Hitler's Dictatorship and the German Nation / Ed. by the J.L. Snell. Revised and with an intr. by A. Mitchel*. Lexington, 1973; Noakes J., Pridham G. *Nazism, 1919-45*. Vol. 2: *Slate, Economy and Society, 1933-39*. Exeter, 1984; Paxton R. *The Anatomy of Fascism*. New York, 2004; Payne S.G. *A History of Fascism, 1914-1945*. Madison: Univ. of Wisconsin Press, 1995; Stoakes G. *Hitler and the Quest for World Domination. Nazi Ideology and Foreign Policy in the 1920s*. N.Y., 1986; Weinberg G.L. *The Foreign Policy of Hitler's Germany: Starting World War II, 1937-1939*. Chicago; L., 1980.

² Stoakes G. *Hitler and the Quest for World Domination*. P. 224-234, etc.

³ Evans R.J. *The Coming of the Third Reich*. L., Penguin, 2005. См.: Эванс Р. Третий рейх. Дни триумфа: 1933-1939. М., 2010.

⁴ Carr E.H. *Propaganda in International Politics*. Oxford, 1939.

⁵ Bartlett F.C. *Political Propaganda* Cambridge, 1940. P. 143.

⁶ Sington D., Weidenfeld A. *The Goebbels Experiment: A Study of the Nazi Propaganda Machine*. New Haven, 1943.



Би-Си) Л. Фрейзера «Германия между двумя войнами: исследование пропаганды войны и военной вины»⁷.

В послевоенный период трофейные материалы Рейха, позже – архивные источники стали основными источниками анализа нацистской пропаганды историками и политологами. Но неодинаковая степень и разное время их доступности (рассекречивания) не могли не сказаться на доказательности многих тезисов, а идеологическое противостояние времен «холодной войны» – на позициях их авторов. У историков американской школы очень популярными темами в контексте изучения нацизма вообще и его пропагандистского аппарата, в частности, были и остаются антисоветский и антисемитский компоненты пропаганды гитлеровской Германии и Холокост⁸. Не снимая со счетов их роль и значение в пропаганде Третьего Рейха, отметим, что изученность только этих направлений не дает ее полной картины, тем более, что эти векторы тесно переплетались и активно использовались в других пропагандистских построениях. А. Харди (1967) одним из первых попытался обобщить опыт пропагандистской машины Гитлера в подготовке и реализации его агрессивных планов⁹. Цель, механизм и роль пропаганды в тоталитарном государстве Э. Харди раскрывал на примере внешнеполитической тематики прессы. Останавливаясь на роли нацистской печати в австрийской и Судетской авантюрах Гитлера, Э. Харди справедливо подчеркивал, что «без печати Дитриха было бы невозможно для немецкого фашизма реализовать свои агрессивные намерения или совершить военные преступления и преступления против человечества»¹⁰. При этом пропагандистский аспект политики фюрера в войне в Испании (1936-1939 гг.) в работе не затрагивается вообще. При несомненных достоинствах данного исследования, оценка автором места и роли пропагандистского аппарата во внешней политике Рейха представляется несколько преувеличенной. В работе «Нацистская пропаганда» (1973) З. Зиман, раскрыв построение ее системы и роль в обществе («немецкий популизм был перемещен в политическую плоскость») остановился на ее месте во внешней политике (гл.3-5)¹¹. Источниковая база, использованная при этом, неодинаково полна во всех разделах. Как и многие англо-американские исследователи, Зиман почти отождествляет антисоветизм и антисемитизм в нацистских пропагандистских кампаниях¹².

Различные аспекты пропаганды вообще: от теоретических выкладок (англоязычное издание французского философа и социолога Ж. Эллула)¹³ до анализа идеологии нацизма, пропагандистской системы Третьего рейха, пределов ее власти над общественным мнением исследовали в своих работах и сборниках статей Дж. Бэйрд (1973)¹⁴, У. Рузерфорд (1978)¹⁵, Д. Уэлч (1983)¹⁶. Несколько особняком стоит монография Р. Герцштейна «Война, которую Гитлер выиграл» (1978)¹⁷ – комплексное исследование проблем нацистской пропаганды, ее системы, элементов, форм и степени воздействия на целевую аудиторию, особенно с началом Второй мировой войны, причин восприятия пропагандистских посылок различными слоями общества. При анализе этих аспектов Герцштейн также рассмотрел роль и формы участия в пропагандистской машине Третьего рейха таких

⁷ Fraser L. *Germany between Two Wars: A Study of Propaganda and War-Guilt*. Oxford Univ. Press, 1945.

⁸ См., например: Bachrach S., Luckert S. *The Power of Nazi Propaganda* [Hardcover] U.S. Holocaust Memorial Museum, 2009; Bankier D., *The Germans and the Final Solution: Public Opinion under Nazism*. Oxford: Blackwell, 1992; Idem. *Probing the Depths of German Antisemitism. German Society's Responses to Nazi Antisemitism*, 2000; Bytwerk R.L. *Bending Spines: The Propagandas of Nazi Germany and the German Democratic Republic*. Michigan, 2004; Crowe D.M. *The Holocaust: Roots, History, and Aftermath*, 2008; Herf J. *The Jewish Enemy: Nazi Propaganda during World War II and the Holocaust*, 2006; Hoshstadt S. *Sources of the Holocaust*. New York: Palgrave Macmillan, 2004; Welch D. *The Third Reich: Politics and Propaganda*. Sec. / Ed. Routledge, 2002, etc.

⁹ Hardy A.G. *Hitler's Secret Weapon. The "Managed" Press and Propaganda Machine of Nazi Germany*. N.Y.; Wash. 1967.

¹⁰ Hardy A.G. *Hitler's Secret Weapon*. P. 93.

¹¹ Zeman Z.A. *Nazi Propaganda*. Sec. ed. L.; N.Y, 1973. P.13.

¹² Ibid. P.12, 92-93,95, 98, 102-109, etc.

¹³ Ellul J. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage, 1973.

¹⁴ Baird J.W. *The Mythical World of Nazi War Propaganda, 1939-1945*. Minneapolis: Univ of Minnesota Press, 1974.

¹⁵ Rutherford, W. *Hitler's Propaganda Machine*. L., Bison Books, 1978.

¹⁶ *The Nazi Propaganda. The Power and the Limitations* / Ed. by David Welch. L. ; Canberra. 1983.

¹⁷ Herzstein R.F. *The War that Hitler Won. Nazi Propaganda: The Most Infamous Propaganda Campaign in History*. N.Y., 1978; Герцштейн Р.Э. *Война, которую выиграл Гитлер* / Пер. с англ. А.Л. Уткина, А.В. Бушуева, И.С. Соколова под общ. ред. Г.Ю. Пернаевского. Смоленск, 1996.



идеологов и проповедников нацизма, как А. Розенберг, Р. Лей, Й. Геббельс, зав. отделом печати НСДАП, пресс-секретарь имперского правительства О. Дитрих и др., сферы их ответственности и влияния, межличностные отношения и результаты деятельности.

Известный британский историк Ян Кершоу выпустил в 1980-е гг. по проблемам гитлеровской Германии ряд книг и статей, переживших впоследствии многочисленные переиздания: по общественному мнению и политическому инакомыслию в Третьем рейхе на региональном примере Баварии (1983)¹⁸, эффективности нацистской пропаганды (дискутируя с Р. Герцштейном) (1983)¹⁹, по историографии нацистской диктатуры (при неизменности многих положений этой книги в ее последующих изданиях претерпели существенные изменения интерпретации ключевых вопросов) (1985)²⁰, дискуссионным вопросам т.н. «мифа о Гитлере» – о манипуляции общественным сознанием немцев пропагандистским аппаратом для достижения политических целей²¹. Как известно, в 1990-е гг. общие понятия фашизма и тоталитаризма пережили серьезную эволюцию не только в российской науке: «На Западе в этой области произошла определенная консолидация: ряд тенденций в изучении межвоенной Европы были объединены в довольно однозначную концепцию фашизма, более или менее принятую на сегодняшний день в англоязычном научном сообществе»²².

В конце XX – начале XXI вв. был издан большой пласт англоязычной литературы по проблемам тоталитаризма, нацизма, пропаганды, авторы большинства работ отошли от идеологических парадигм времен «холодной войны», тем более, что, «проявляя повышенное внимание к политической мифологии и идеологически-репрессивному контролю сверху, теория тоталитаризма оказалась бессильной более-менее убедительно ответить на вопрос о причинах эффективности нацистской пропаганды»²³. Предметом исследования на новой методологической основе все активнее становились социально-психологические факторы: менталитет различных социальных групп, этнопсихология немцев и восприятие обществом нацистских лозунгов. Так, к закономерностям установления нацистской диктатуры, ее внутренней структуре и подготовке к тотальной войне обратились Д. Джери (1993), фактически не затронув проблемы пропаганды²⁴, известный израильский исследователь нацизма и холокоста Дэвид Бэнкиер, рассматривавший вопросы общественного мнения в Германии под влиянием нацизма и гитлеровской политики антисемитизма²⁵. Г. Герб на хорошей документальной базе попытался раскрыть широкий спектр нацистских методов убеждения и навязывания идей, в т.ч., использование геополитических идей для самоидентификации немцев и обоснования своих внешнеполитических планов²⁶. Полемизируя с некоторыми концепциями нацистской пропаганды и причинами ее эффективности в немецком обществе Д. Уэлч во втором издании «Третьего Рейха: политики и пропаганда» (2002)²⁷ отразил научные дебаты по этим и смежным вопросам в 1990-х гг. Рассматривая систему управления и манипулирования пропагандистскими ведомствами немецким обществом, миф о Гитлере (главы 1-4), роль пропаганды во Второй мировой войне (глава 5), автор опирается на широкий спектр документальных материалов и заключает, что для своей эффективности пропаганда должна вовремя и адекватно реагировать на изменения внутреннего и внешнего порядка.

К другим аспектам нацистской пропаганды до и во время Второй мировой войны обращались ученые в последнее десятилетие. А. Каллис монографию «Нацистская пропаганда и вторая мировая война» (2005) начинает с серьезного теоретического исследования особенностей пропаганды и специфики ее восприятия, переходя к анализу ее ис-

¹⁸ Kershaw I. Popular Opinion and Political Dissent in the Third Reich. Bavaria, 1933–45. Oxford, 1983.

¹⁹ Kershaw I. How Effective was Nazi Propaganda? // The Nazi Propaganda. The Power and the Limitations / Ed. by David Welch. L.; Canberra, 1983. P. 180–221.

²⁰ Kershaw I. The Nazi Dictatorship. Problems and Perspectives of Interpretation, London, 1985.

²¹ Kershaw I. The 'Hitler Myth'. Image and Reality in the Third Reich. Oxford, 1987.

²² Умланд А. Современные концепции фашизма в России и на Западе // Неприкосновенный запас. 2003. № 5(31). С. 116.

²³ Шварцкопф К. Э. Образ внешнего мира в национал-социалистической пропаганде (1933–1941 гг.): автореф. ... канд. ист. наук : 07.00.03. Краснодар, 2004. С. 9.

²⁴ См.: Geary D. Hitler and Nazism. Routledge, 1993. P. 62–69.

²⁵ Bankier D. The Germans and the Final Solution: Public Opinion under Nazism, Oxford and Cambridge, Blackwell, 1992; Idem. Hitler, the Holocaust and German Society. Jerusalem, 2007.

²⁶ Herb G.H. Under the Map of Germany: Nationalism and Propaganda 1918–1945. L., 1997. P. 178–180.

²⁷ Welch D. The Third Reich: Politics and Propaganda. Routledge, 2002.



пользования нацистами²⁸. Дискутируя с Р. Герцштейном относительно итогов пропаганды Третьего рейха, Каллис справедливо заключает, что «критерии успеха или неудачи пропагандистской деятельности по-прежнему чрезвычайно трудно определить однозначно»²⁹. Описывая методику целевого воздействия пропаганды на различные социальные группы, А. Каллис доказывает, что эффективной пропагандой можно считать ту, которая «поддерживает диалог между традиционными социальными принципами и своими собственными альтернативными рецептами, используя что-то из лексики, терминологии и основ существующей системы ценностей» и иллюстрирует, как стандартизация содержания печати, рост посягательств на индустрию СМИ, монотонность материала, исключение любой критической функции печати и продолжающееся административное сражение между различными конкурирующими учреждениями НСДАП, не способствовали повышению облика прессы в немецком обществе³⁰.

С позиций теории тоталитаризма попытка сравнить нацистскую пропаганду и пропаганду ГДР Р. Битверк (2004), исследовав их задачи, формы, спектр методов в тоталитарных государствах (применительно к ГДР такой подход неизбежно порождает ряд вопросов относительно политического характера режима этой страны в 1949-1990 гг.), ее мировоззренческие и моральные корни. Изучив функционирование этих пропагандистских машин, Р. Битверк заключает, что их неудачи повлияли на судьбу обеих систем³¹. Историю нацистской пропаганды с опорой на плакаты, редкие фотографии и другие, вводимые в научный оборот документы, издали на базе Мемориального музея холокоста США С. Бахарт и С. Луккерт (2009)³².

Таким образом, в зарубежной англоязычной историографии нацистская пропаганда рассмотрена как феномен тоталитарного государства со своим аппаратом и формами функционирования. Особо тщательно изучена ее роль уже в ходе Второй мировой войны, как в самой Германии, так и на оккупированных территориях. Отдельные внешнеполитические аспекты пропаганды предвоенного периода используются как примеры, иллюстрирующие общую концепцию: пропаганда в связи с гражданской войной в Испании 1936-1939 г. (Р. Уили, Д. Пайк, Д. Уотт, Дж. Вейнберг)³³, аншлюсом Австрии 1938 г. (Г. Герб, Э. Харди, З. Зиман, Э. Каллис)³⁴, проблемами судетских немцев и Чехословакией (Э. Харди)³⁵. Но при всей широте палитры мнений англо-американских исследователей пропагандистское обеспечение внешнеполитических акций Третьего Рейха в 1936-1939 гг. в целом не стало предметом конкретного комплексного исследования.

THE ENGLISH-LANGUAGE HISTORIOGRAPHY OF FOREIGN POLICY PROPAGANDA IN NAZI GERMANY (1933-1945)

V.V. MALAY¹
S.U. KRUPSKAYA²

Belgorod State University

^{1) e-mail: malay_v@bsu.edu.ru}

^{2) e-mail: krupskaya@bsu.edu.ru}

The article is devoted to the work of leading Anglo-American specialists on Nazism and Nazi propaganda. The basic directions of the foreign policy propaganda of the Third Reich. The most significant works are given a critical appraisal.

Keywords: Nazism, NSDAP, Nazi propaganda, ideology, foreign policy, Third Reich, historiography.

²⁸ Kallis A.A. Nazi Propaganda and the Second World War. L., 2005.

²⁹ Ibid. P. 6.

³⁰ Ibid. P.4, 30.

³¹ Bytwerk R. Bending Spines: The Propagandas of Nazi Germany and the German Democratic Republic // Rhetoric & Public Affairs. Michigan, 2004.

³² Bachrach S., Luckert S. The Power of Nazi Propaganda [Hardcover] U.S. Holocaust Memorial Museum, 2009.

³³ Whealey R.H. Foreign Intervention in the Spanish Civil War // The Republic and the Civil War in Spain. Ed. by R. Carr. L., N.-Y., 1971. P. 213-238; Idem. Hitler and Spain. The Nazi Role in the Spanish Civil War, 1936-1939. Lexington, 1989; Pike D.W. Conjecture, Propaganda, and Deceit and the Spanish Civil War. Stanford, California, 1968; Watt D.C. Germany's Strategic Planning and Spain, 1938-1939 // The Army Quarterly. 1960. N 2. P.220-227; Weinberg G.L. The Foreign Policy of Hitler's Germany: Starting World War II, 1937-1939. Chicago; L., 1980.

³⁴ Herb G.H. Op.cit.; Hardy A. G. Hitler's Secret Weapon; Zeman Z.A. Nazi Propaganda.

³⁵ Hardy A.G. Op. cit.