

УДК 94(4+7)

Зайцев Н.Н.¹

**ЛОЖЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА
ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ**

Новосибирский военный институт им. генерала армии И.К. Яковлева
войск национальной гвардии РФ

Zaytsev N.N.

FALSE AS A TOOL OF IMPACT ON PUBLIC CONSCIOUSNESS

Novosibirsk Military Institute named after Army General I.K. Yakovlev
troops of the National Guard of the Russian Federation

Аннотация. В статье автор рассматривает проблему воздействия на общественное сознание, применяемое фашистской Германией. Одним из таких методов являлась ложь, реализуемая в форме мировоззренческих мифов и в форме конкретно-событийных измышлений. Их сочетание в «психологической войне», позволяло влиять на мировоззрение противника, навязать ему необходимое поведение не только в определенных ситуациях, но и с долгосрочными целями — возвращение идей нацизма в будущем.

Ключевые слова: общественное сознание, пропаганда, ложь, фашизм, Германия, война.

Annotation. In the article, the author examines the problem of the impact on the public consciousness, used by fascist Germany. One of these methods was a lie, realized in the form of ideological myths and in the form of concrete-event fabrications. Their combination in the “psychological war” allowed them to influence the worldview of the enemy, impose on him the necessary behavior not only in certain situations, but also with long-term goals - the return of Nazi ideas in the future.

Keywords: social consciousness, propaganda, lies, fascism, Germany, war.

¹ Зайцев Николай Николаевич — канд. пед. наук, преподаватель Новосибирского военного ин-та им. генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии РФ.

В современных условиях России все чаще можно слышать о возобновлении «холодной войны» и «гибридных войнах». Особенно эта проблема актуализировалась после воссоединения Крыма с Россией в марте 2014 года. По взглядам ряда исследователей, гибридная война — это война, происходящая негласно путем использования различных компонентов: пропаганды, дипломатии, информации, экономики государства. Её целью является воздействие на общественное сознание, дестабилизация обстановки в обществе [4].

Однако методы воздействия на общественное сознание применялись и ранее. И наиболее ярким примером может служить пропаганда в фашистской Германии. В отличие, например, от англичан, Геббельс и его окружение любили прихвастнуть успехами своей агитации. Но, как и англичане, они — за чрезвычайно редкими исключениями — избегали публично распространяться о своей методике даже на уровне отдельных примеров. Издававшиеся в гитлеровской Германии научнообразные брошюры о пропагандистских предпосылках нацистских успехов носили отвлеченный характер и главным образом лишь повторяли известные постулаты «Майн кампф».

Среди этих постулатов фигурировало и пресловутое рассуждение о большой лжи. Фокус, однако, состоял в том, что нацистский фюрер преподнес эту формулировку как итог наблюдений над практикой противников нацизма. Поэтому в годы Второй мировой войны в странах антигитлеровской коалиции она приводилась в усеченной форме инструкции геббельсовским «технократам», каковой в конечном итоге и являлась. Большой лжи всегда присуща определенная сила правдоподобия, потому что широкие массы народа в своем примитивном простодушии скорее готовы пасть жертвами большой лжи, нежели лжи маленькой, поскольку они сами часто врут по мелочам, но устыдились бы прибегнуть к большой лжи. Им никогда не пришло бы в голову фабриковать колоссальные измышления, и они не могут даже подумать, что другие могут иметь наглость исказить истину столь бессовестно. И если даже им ясно доказать это на фактах, они все же будут сомневаться, колебаться и продолжать выискивать какие-то другие объяснения. Ибо от наглейшей лжи всегда что-то остается, даже после того, как она разоблачена, — это факт, известный всем лжецам на этой земле и всем конспираторам по части лжи [1].

Большая ложь реализовалась гитлеровцами прежде всего в форме мировоззренческих мифов, но одновременно и в форме конкретно-событийных измышлений. Взаимоотношение мировоззренческих мифов и конкретно-событийных измышлений было таково, что, с одной стороны, конкретно-событийная дезинформация легче усваивалась сознанием, уже «прополосканным» мировоззренческими мифами, а с другой — оперативная де-

зинформация, сколь бы ни была она вопиющая, с точки зрения формирования, а точнее — деформации мировоззрения была — по крайней мере, на взгляд некоторых авторов — не столь пагубной по сравнению с мировоззренческими мифами. Тут уместно добавить, что со временем в связи с анализами методов «психологической войны», существенным компонентом которой выступает оперативная дезинформация, была сформулирована целая концепция, согласно которой собственно «психологическая война» вообще не преследует цели повлиять на мировоззрение противника, а исходит только из задачи навязать ему определенное поведение в определенной ситуации.

Знаток нацизма американец Уильям Ширер, анализируя в годы войны приемы нацистской газеты для американских военнопленных, считал преследовавшиеся газетой краткосрочные цели подрыва морального духа пленных американцев, посредством замалчивания успехов антигитлеровской коалиции на фронтах и подчеркивания неблагоприятного положения в самих США не столь важными, по сравнению с долгосрочными целями этой пропаганды, заключавшимися в том, чтобы посредством вдалбливания в головы пленных основных стереотипов нацистского мировоззрения создать, даже в случае поражения нацистов и возвращения пленных американцев на родину, такую ситуацию, когда семена нацизма могут прорасти за океаном и в конечном счете помочь им возвратиться на политическую авансцену в Германии и в Европе.

Основополагающая роль мировоззренческих мифов проявлялась в том, что они с неизбежностью толкали нацистов на сознательную повседневную публикацию конкретно-событийных измышлений, причем большой ложью по поводу большой лжи стало торжественное заверение Гитлера в берлинском дворце спорта 12 февраля 1933 г.: «Вот наш первый программный пункт: мы не хотим лгать, мы не хотим мошенничать».

У. Ширер отмечал, что в первом же номере нацистской газеты для американских военнопленных была помещена статья о так называемом «народном автомобиле». В ряду мероприятий, с помощью которых гитлеровцы изыскивали средства для форсированного вооружения, была и афера с «народным автомобилем». Сотни тысяч немецких семей вносили регулярные взносы на этот автомобиль, которым им так и не суждено было обзавестись. Автор же статьи для военнопленных не только преподносил его как реальность, но еще и заявлял при этом: «Я мог бы сколотить на «народном автомобиле» большой пропагандистский капитал. Однако я не стану этого делать ограничусь строго объективными данными». Установление контактов с новой аудиторией посредством заверений в искрен-

ности и объективности можно рассматривать как один из исходных приемов нацистской агитационной методики.

В качестве предпосылки массовой агитации многие деятели и ведомства нацистской Германии широко практиковали «ложь для узкого круга» в форме доверительных сообщений, причем она использовалась не только в расчете на дезинформацию иностранных разведок, как может показаться на первый взгляд, но и в расчете на обман собственного народа.

Иллюстрацией последнего момента может служить заявление Геббельса на инструктаже 11 сентября 1940 г. о том, что за время английских налетов на Германию с 10 мая по 10 сентября погибло даже не 1500, как где-то утверждалось, а всего 617 человек, но эту цифру публиковать нельзя, так как в Лондоне такое число людей погибает от немецкой бомбежки за сутки. Министр рассчитывал, что через его ближайших сотрудников это «доверительное» утверждение станет достоянием оптимистических слухов в немецком народе [1].

В то же время даже ближайшие сотрудники Гитлера не знали подчас о его действительных планах. Так, Отто Дитрих, в задачу которого входило информирование немецкой прессы из первых рук о намерениях и действиях «фюрера», утверждает в своих мемуарах, что, не имея доступа на доверительные и секретные военные совещания, о начале вторжения в Австрию в марте 1938 г. он узнал, уже сидя в одной из машин, входивших в автоколонну непосредственного сопровождения Гитлера; что поездка Гитлера на фронт боевых действий против Франции, начавшихся утром 10 мая 1940 г., начиналась для него, Дитриха, вечером 9 мая как поездка в Гамбург для осмотра одной судовой верфи; что о плане нападения на Советский Союз он знал только по слухам, которые клеймил тогда как политическое преступление против определенных в договорном порядке немецко-советских отношений и настрого запретил распространять своим сотрудникам.

Геббельс был заранее посвящен не только в планы вторжения во Францию, но и в «план Барбаросса», ради успешного осуществления которого делал на инструктажах в начале июня 1941 г. на первый взгляд то же самое, что и Дитрих, — опровергал курсирующие предположения о предстоящем нападении на Советский Союз, а 5 июня заявил: «Фюрер решил, что война не может быть доведена до конца без вторжения в Англию. Операции, которые планировались на Востоке, отменены» [3].

На основе секретности покоилось использование агентов, не посвящаемых в суть отводимой им роли, начиная с тех же сотрудников министерства Геббельса и кончая дипломатами, в число которых входили и атташе по вопросам пропаганды. Психологическую подоплеку этого метода Геббельс вскрыл однажды в своем дневнике, вспоминая об-

стоятельства нападения на СССР: «... Наш посол в Москве граф фон Шуленбург не имел ни малейшего представления о том, что рейх решил атаковать. Он по-прежнему отстаивал точку зрения, что лучшая политика — это сделать Сталина другом и союзником... Не подлежит сомнению, что лучше всего действовать, когда имеющиеся в наличии дипломаты держатся в неведении относительно закулисной стороны политики. Иногда они должны играть роль, для которой у них нет необходимых актерских способностей...». Вариация этой мысли содержалась в дневниковой записи Геббельса от 19 ноября 1943 г.: «Сегодня пополудни — долгая беседа с доктором Леем. Он хотел проинформироваться о последних событиях. Его представления о наших намерениях на востоке и на юге несколько причудливы. Видно, что к большей части находящегося в моем распоряжении материала он доступа не имеет; иначе он оценивал бы положение несколько реалистичнее и без фантазий. Но все-таки хорошо, что люди, которые много говорят с народом, могут наслаждаться такой необремененностью неприятными известиями. Благодаря этому они скорее обретают воодушевление, чтобы говорить с народом».

Начав некогда с оболванивания «человека с улицы», Геббельс, опираясь на указания и поддержку Гитлера, со временем забирал все выше и выше. Речь идет уже не о том, что в сентябре 1940 г. в тюрьмах и концлагерях сидело свыше 1500 немцев, осужденных за прослушивание иностранных радиопередач, и что 6 июля 1941 г. Геббельс объявил, что прослушивание советского радио карается смертной казнью [3]. Речь идет о том, что в декабре 1941 г. Геббельс с готовностью подхватил распоряжение Гитлера о том, чтобы «иностранные радиопередачи и сообщения были доступны и высокопоставленным личностям лишь настолько, насколько это безусловно необходимо по работе». 15 января 1942 г. распоряжением Гитлера непосредственное прослушивание иностранного радио было разрешено только Геббельсу, Герингу, Риббентропу, Кейтелю, командующим сухопутными, военно-морскими и военно-воздушными силами, шефу имперской канцелярии Ламмерсу, министру внутренних дел Фрику и министру связи Онезорге, Остальные министры, коль скоро у них могло возникнуть такое желание, должны были испросить особого разрешения «фюрера». 30 января 1942 г. Геббельс сообщил на инструктаже, что Гитлер предоставил ему чрезвычайные полномочия для определения того, кто может иметь доступ к иностранной информации различного рода.

Эта кампания достигла своего апогея, когда Геббельс начал добиваться, чтобы ему было предоставлено право редактировать готовившиеся для нацистской верхушки секретные доклады службы безопасности СД о настроениях в самой Германии.

В качестве предлога для таких претензий Геббельс использовал наличие собственной службы изучения настроений немецкого населения, основой для чего служили еженедельные отчеты сорока с лишним ведомств имперской пропаганды при гауляйтерствах «третьего рейха». Эти отчеты содержали «сырой материал о настроениях народа», который Геббельс «ревниво берег», не позволяя руководителям пропагандистских ведомств гауляйтерств делиться им с какими-либо другими учреждениями. Он обосновывал это тем, что предоставление такого материала в распоряжение других инстанций вызвало бы негодование СД, но действительной причиной было его желание сохранить монополию на материалы, которые давали представление о настроениях нации.

Таким образом, можно сделать вывод, что способы воздействия на общественное сознание разнообразны, и они могут использовать различные методы, в том числе ложь, во всех возможных сферах, влияя на подсознание индивида, формируя нужное в обществе мнение и отношение к тому или иному предмету. Следовательно, зная эти способы можно выстроить систему мер противодействия угрозам национальной безопасности Российской Федерации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Зеленин В.А. Методы пропаганды третьего рейха // Вестник Волжского ин-та экономики, педагогики и права. 2016. № 1. С. 201—208.
2. Малаховский А.К. К вопросу об особенностях англоязычной радиопропаганды гитлеровской Германии в 1939-45 гг.: лорд Хо-Хо // Universum: филология и искусствоведение. 2017. № 12 (46). С. 16—19.
3. Мараховский Е.Л. Информационная политика СССР, США и Германии в период Второй мировой войны (на примере плакатной пропаганды) // Проблемы национальной стратегии. 2016. № 2 (35). С. 206—228.
4. Мокшанов М.Г. Актуальные вопросы противостояния гибридным войнам в условиях современной действительности // Наука. Мысль. 2015. № 3. С. 60—63.

REFERENCES

1. Zelenin V.A. Metody propagandy tret'ego rejha // Vestnik Volzhskogo in-ta jekonomiki, pedagogiki i prava. 2016. № 1. S. 201—208.

2. Malahovsij A.K. K voprosu ob osobennostjah anglojazychnoj radiopropagandy gitlerovskoj Germanii v 1939-45 gg.: lord Ho-Ho // *Universum: filologija i iskusstvove-denie*. 2017. № 12 (46). S. 16—19.

3. Marahovskij E.L. Informacionnaja politika SSSR, SSHA i Germanii v period Vtoroj mirovoj vojny (na primere plakatnoj propagandy) // *Problemy nacional'noj strategii*. 2016. № 2 (35). S. 206—228.

4. Mokshanov M.G. Aktual'nye voprosy protivostojanija gibridnym vojnjam v us-lovijah sovremennoj dejstvitel'nosti // *Nauka. Mysl'*. 2015. № 3. S. 60—63.

Рецензенты:

Мартьянов Н.В. канд. филос. наук, доцент, профессор кафедры гуманитарных и социальных наук Новосибирского военного института им. генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации;

Шитько В.В. канд. ист. наук, доцент, профессор кафедры гуманитарных и социальных наук Новосибирского военного института им. генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации.