

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ В ТОТАЛИТАРНЫХ И АВТОРИТАРНЫХ РЕЖИМАХ (А. ГИТЛЕРА, Б. МУССОЛИНИ, Ф. ФРАНКО)

Н.В. Рыбина

Кубанский государственный университет
350040, Краснодар, ул. Ставропольская, 149
dissovet.fismo@kubsu.ru

Kuban State University
350040, Krasnodar, Stavropolskaya, 149
dissovet.fismo@kubsu.ru

В статье рассматриваются методы управления массовым сознанием в тоталитарных и авторитарных режимах (А. Гитлера, Б. Муссолини, Ф. Франко). Автор описывает основные средства пропаганды, широко используемые в 20–40-х гг. XX в., такие, как радио, печатные издания, плакаты, кинематограф, митинги. Особенность статьи заключается в том, что автор значительное внимание уделяет вопросу воспитания детей и молодежи в фашистских режимах.

Ключевые слова: управление массовым сознанием, тоталитарный, авторитарный, Гитлер, Муссолини, Франко, средства пропаганды.

The article considers the methods of mass mind control in totalitarian and authoritarian regimes of A. Hitler, B. Mussolini, F. Franco). The author describes the basic means of propaganda widely used in 20–40 years of XX century, such as radio, printed publications, posters, cinema, meetings. The specific feature of the article is that the author pays much attention to the issue of education of children and youth in the fascist regimes.

Key words: mass mind control, totalitarian, authoritarian, Hitler, Mussolini, Franco, means of propaganda.

XX в. показал примеры значительного влияния народных масс на политические явления и процессы. Известно, что действия больших групп людей, охваченных теми или иными настроениями, могут вести к изменениям политической системы, создавать кризисные политические ситуации, порождать новые политические события. В то же время существуют эффективные методы управления массовым сознанием. Средства информационного воздействия, такие, как радио, кинематограф, плакатная агитация, становятся мощным оружием в руках пропаганды. Особенно подвержена воздействию молодежь. А. Гитлер, Б. Муссолини и Ф. Франко большое внимание уделяли воспитанию молодежи, главным образом создавая общественные организации, где можно было заниматься спортом, туризмом, участвовать в парадах и т.д. Большое внимание уделялось идеологическому воспитанию подрастающего поколения. В данной статье анализируются: воспитание молодежи как фактор управления массовым сознанием, а также средства пропаганды и степень их использования в авторитарных и тоталитарных режимах.

Необходимо отметить, что большое внимание фашизм уделял созданию идеала «новой личности». Для фашизма человек – это индивид, единый с нацией, Отечеством. «Фашизм желает человека активного, со всей энергией отдающегося действию, мужественно сознающего предстоящие ему трудности и готового их побороть. Он понимает жизнь как борьбу, помня, что человеку следует завоевать себе достойную жизнь, создавая прежде всего из себя самого орудие (физическое, моральное, интеллектуальное) для ее устроения» [1].

Вожди немецкого нацизма, итальянского фашизма и испанского фалангизма сходились во мнении, что большое внимание в идеологической сфере должно уделяться воспитанию молодежи. А. Гитлер в «Майн Камф» подчеркивал, что чрезмерный перевес духовного развития и пренебрежение развитием физическим зачастую приводят уже в ранней молодости к преждевременному пробуждению половых представлений. Юноша, который закаляет свое тело спортом, приобретает железную силу, и в то же время его чувственные потребности меньше, нежели у того юноши, который питается только духовной пищей, сидит только над книгами и т.д. Все дело воспитания должно быть поставлено так, чтобы свободное время молодежи использовалось для физических упражнений, призванных закалять как физическое, так и духовное здоровье молодых немцев. «Если мы не вырвем нашу молодежь из болота, окружающего ее сейчас, она неизбежно в нем утонет. Кто не хочет видеть всей этой грязи, тот на деле помогает ей и сам становится соучастником постепенного проституирования будущих поколений, от которых зависит вся дальнейшая судьба нашей нации. Эту очистительную работу необходимо предпринять во всех областях. Это относится к театру, искусству, литературе, кино, прессе, плакату, выставке и т. д. Во всех этих сферах приходится констатировать явления распада и гниения» [2].

«Новое содружество гитлеровской молодежи» с его парадами в униформе очень привлекало молодежь. Многие молодежные организации, такие, как «Католическая молодежь» и «Бойскауты», соседствовали с «Гитлерюгендом», пока в 1936 г. не вышел приказ, впредь запрещающий этим организациям принимать участие в спортивных организациях любой формы. Теперь юноши, не входившие в «Гитлерюгенд», не могли заниматься атлетикой, гимнастикой, путешествовать, отдыхать в палатках и т.д. Кроме того запрещалось носить форму, значки, погоны, маршировать строем, иметь свои оркестры, носить флаги, знамена. Эти меры демонстрируют, что нацисты понимали психологию подростков. «Союз германских девушек» был женским аналогом «Гитлерюгенда», который также монополизировал все виды спорта для девушек. По субботам и воскресеньям девушки посещали молодежные лагеря. Они носили белые блузки, юбки длиной по колено и крепкие туфли [3].

В том внимании, которое уделялось воспитанию подрастающего поколения в соответствующем официальной идеологии духе, итальянские фашисты если не превосходили нацистов, то всегда оставались на равных. Даже сами нацисты признавали, что они многое переняли у итальянских фашистов. С

приходом к власти в 1922 г. Муссолини издал указ реорганизовать школьные и университетские учебные планы с тем, чтобы больше времени уделялось вопросам патриотизма. Школьный день начинался с исполнения всеми официального фашистского гимна «Молодежь». Перед началом своего обучения девочки и мальчики должны были пройти мимо государственного флага, отдавая ему римский салют. Для более старших создавались «Беседы о фашистской культуре». В университетах организовывались фашистские группы, в которые студенты должны были вступать, если хотели добиться успеха. Была также открыта летняя школа для распространения идей фашизма в среде иностранных студентов. Было пересмотрено содержание всех учебников: из 317 учебников по истории 100 были запрещены. Учителя должны были быть приведены к присяге на верность режиму или рисковали быть уволенными. Одновременно создавались молодежные организации за пределами университетов. Фашисты оказывали воздействие на детей еще раньше, чем нацисты. В возрасте 4 лет мальчики должны были вступать в организацию «Сыны волчицы» – еще одно напоминание о Риме – и облачаться в маленькие черные рубашечки. В 8 лет ребенок вступал в «Балиллу», где оставался до 14 лет, нося униформу, значки. Члены организации «Балиллы» делали упор на физическую подготовку и не жалели на это средств, причем дуче был примером в этом деле. В школе зачитывались отрывки из репортажей журналистов, которые описывали, как Муссолини во время диктовки распоряжений на предстоящий день внезапно прерывал их для того, чтобы проплыть шесть раз бассейн из конца в конец или сыграть партию в теннис, или прыгнуть на своей лошади через дюжину препятствий на ипподроме. При этом газетам запрещалось писать, что он простудился, что у него желудочные колики. Не сообщалось даже о том, что он стал дедом. Дуче должен на 100 % быть здоровым, на 100 % энергичным. Молодежь в возрасте 14 лет вступала в «Авангардисты», где, помимо спорта, занималась учебными боями и маршировкой в строю с винтовками. Молодые люди находились в обстановке непрерывной политической обработки, всякого рода собраний, военных парадов, тренировок и спортивных соревнований. К 18 годам юноша был подготовлен к вступлению в организацию «Джиовани фашисти», где после 2 лет пребывания ему давалось заключение о его пригодности к вступлению в партию. Аналогичные молодежные группы были организованы и для девочек. Организация «Пикколе Италиене» была такой же, как и «Сыны волчицы» для мальчиков, затем была «Баллила» для девочек, а конечным курсом являлась «Джиованни Италиене». От более старших девочек требовалось также участие в физических тренировках, легкой атлетике, военизированных учениях, что породило множество разногласий между фашистами и католической церковью.

Испанская диктатура тоже заботилась о воспитании молодежи. Организация испанской молодежи «детская фаланга» ставила своей задачей воспитание последователей франкистского режима в Испании. Участие в ней не было обязательным, однако многие записывались в фалангу, поскольку это давало возможность, к примеру, бесплатно приобщаться к спорту, заниматься в

кружках по интересам или проводить лето в оздоровительном лагере. Других детских организаций в Испании не было: только фаланга. Ячейки «детской фаланги» имелись во всех школах Испании. Дети-фалангисты всячески поощрялись властями как «передовой отряд» испанской молодежи. Считалось, что само членство в организации уже являлось залогом благонадежности. В начале урока, когда учитель делал переключку, юным фалангистам полагалось вставать, вытягивать руку и произносить лозунг диктатуры «Вперед Испания!». Члена фаланги следовало называть «камарада» – товарищ. Кроме того, чтобы пользоваться льготами юного фалангиста – стадионом и шахматным клубом – следовало доказывать свою лояльность испанскому режиму участием в уличных шествиях: маршировать в форме под барабанный бой или давать концерты для ветеранов. В основном пели испанские песни патриотического содержания, но были и песни немецких нацистов, переведенные на испанский язык – «Хорст Вессель» [4]. Пению воспитатели уделяли особое внимание. Воспитание фалангистов не ограничивалось их участием в торжественных мероприятиях режима. Идеологическая обработка велась постоянно. В первую очередь детям внушалось, что они – будущие защитники родины, «великой и неделимой» Испании, которая окружена врагами. Была создана широкая сеть детских лагерей, которые предлагали детям обширную программу физической и «патриотической» подготовки, походы по местам боевой славы, военные игры, песни у костра, диспуты на тему, кто является врагом Испании, и т.д. Для торжественных случаев – караул у знамени и парады. Дети носили форменную голубую рубашку – символ принадлежности к фаланге.

Пропаганда (лат. *propaganda* – подлежащее распространению, от *propago* – распространяю), распространение политических, философских, научных, художественных и других взглядов и идей с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности. Уже данное определение показывает ту важную роль, которую играет пропаганда в сфере управления массовым сознанием.

В 1933 г. в Германии было образовано Имперское Министерство народного просвещения и пропаганды, возглавляемое Й. Геббельсом. В Италии в том же году был создан Секретариат по вопросам печати и пропаганды, в 1937 г. переформированный в Министерство народной культуры. В Испании в это время Министерство пропаганды существовало лишь в руках республиканцев.

Активное использование таких средств массовой информации, как радио, печатные издания, плакаты, кинематограф, в разной степени способствовало воздействию на сознание в этих странах.

Нацисты считали кино мощным средством массовой информации, люди, занятые созданием фильмов – актеры, режиссеры, электрики, операторы и т.д., – были немедленно приведены к присяге на верность фюреру. Старый закон о кино от 1920 г. был заменен законом рейха о кино, гласившим, что сюжет любого предлагаемого фильма, будь то наброски или сценарий, дол-

жен быть перед съемкой передан Совету рейха по кино для просмотра. При чем целью цензуры должно было стать препятствование выпуску на экран материалов, которые идут вразрез с духом времени. Геббельс был лично заинтересован во всех кинофильмах и зачастую вмешивался в съемки, внося изменения или добавления. Лучшим пропагандистским фильмом всех времен признан «Вечный жид» (1940 г.). Другие наиболее известные фильмы нацистского периода – картина Лени Рифеншталь «Триумф воли», «Олимпиада», «Еврей Зюсс». Основной их целью было внедрение тех или иных стереотипов в общественное сознание немцев (например, показ превосходства арийской расы, гений вождя Третьего рейха, формирование враждебного для немцев образа евреев и т.п.).

В Италии кинематограф как средство пропаганды никогда не использовался так же интенсивно, как нацистами. Вплоть до окончания эры фашизма итальянские кинокомпании в основном оставались в частных руках. Это объясняется прежде всего недостаточным интересом людей к серьезным фильмам о политике, таким, как сделанная по заказу правительства «Битва за зерно», куда были вставлены кадры, изображавшие окруженного крикливыми крестьянами Муссолини, управляющего трактором. Публика предпочитала картины американского типа о красивых парочках, поедающих черную икру в роскошных отелях, или сидящих за рулем «Кадиллака». Главная забота итальянской цензуры состояла в том, чтобы отслеживать то, что нельзя было показывать, а не то, что можно. Муссолини прекрасно знал, что кино имело большую пропагандистскую ценность. В 1925 г. он основал Союз образовательного кинематографа, который снимал кинокартины о достижениях фашизма. Все кинотеатры должны были обязательно в каждой программе демонстрировать по крайней мере один фильм этой организации.

В Испании кино также использовалось как одно из средств пропаганды, наравне с плакатом и митингами. Сам Франко написал сценарий фильма «Дух расы» («Espíritu de una Raza»). Основная идея испанского кинематографа – служить целям позитивной пропаганды – консолидации сил, укреплению национального духа, семейных уз, традиций.

Одновременно с кино как средством визуальной пропаганды появились плакаты. Нацистские пропагандисты знали, что впечатления от наглядных материалов чрезвычайно сильны, что люди, например, могут забыть газетную статью, но не картинку, особенно если она попадает на глаза и ее послышен. В этом отношении у плаката были определенные преимущества перед другими формами пропаганды. Брошюру или газету можно отбросить, не читая; радио можно выключить, политические митинги и кино можно не посещать. Но лозунг нельзя проигнорировать. Те же самые принципы пропагандистских плакатов оставались и для почтовых марок, которые были очень популярны.

В Испании наибольшее распространение получили плакаты гражданской войны. Основная идея – антисемитизм, антикоммунизм, антимаасонство, антидемократизм.

Итальянские плакаты были посвящены следующей тематике: чернорубашечники в борьбе против союзников, антисемитизм, варварское изображение вражеских солдат. Дуче как бывший журналист знал силу печатного слова, нередко сам выдумывал лозунги. Их можно было обнаружить на многих стенах домов и обочинах дорог Италии: «Фашист не верит в вечный мир на земле», «В истории никогда ничего не завоевывалось без крови», «Право без силы – тщета», «Муссолини всегда прав!»

Одним из важных средств пропаганды являлось радио. Геббельс рассматривал радио в качестве средства формирования единства германского народа. Речи Гитлера – преимущественно на собраниях и собраниях, а не студийные выступления. Однажды Гитлер попробовал выступить из студии, но почувствовал себя некомфортно без аудитории, которую он не видел.

К 1933 г. все крупные немецкие города имели свои радиостанции. Контроль осуществлялся Министерством народного просвещения и пропаганды.

Для увеличения числа слушателей нацисты выпустили на рынок один из самых дешевых радиоприемников в Европе. Цена его была не выше недельного заработка рабочего. Он был известен как VE (Volksempfänger) – народный радиоприемник. Целью этой акции было установить его в каждом жилище Германии, но поощрялись и коллективные прослушивания радиопередач на предприятиях, в офисах, ресторанах, кафе, даже на уличных перекрестках. Когда ожидалось выступление по радио какого-нибудь партийного руководителя или какое-либо важное объявление, предприятия прекращали работу.

Другим приемом был «уполномоченный по радиопрослушиванию» в каждом жилом квартале или многоэтажном доме. Такой представитель партии способствовал покупке радиоприемника для тех своих соседей, кто не мог себе позволить такую роскошь, или же организовывал прослушивание важных выступлений у себя дома или у друзей. Регулярно он отсылал рапорты относительно реакции слушателей на эти передачи, а во время войны он доносил на тех, кто слушал иностранные радиопередачи.

Муссолини совсем немного использовал радио для своих выступлений, предпочитая выступать перед аудиторией. Как бы то ни было, в 1933 г. было куплено 1 170 000 приемников. У Германии фашисты позаимствовали привычку устанавливать радиоприемники в залах и комнатах отдыха, где по вечерам собирались крестьяне послушать правительственные сообщения. Громкоговорители были также установлены на базарных площадях и у официальных зданий местных властей.

В Италии еще одной формой пропаганды была организация выставок. В свою очередь Гитлер и его окружение в полной мере воспользовались Олимпиадой, проводившейся в 1936 г. в Берлине, для того, чтобы поразить весь мир «достижениями» Третьего рейха.

В данной работе рассмотрены основные методы распространения идеологии фашизма – воспитание молодежи и пропаганда. Наиболее эффективно процесс воспитания подрастающего поколения был реализован в Италии, где

дети с раннего возраста вступали в общественные фашистские организации. В то же время данная политика активно проводилась в Испании и Германии. Молодежь привлекала спортивная и культурная составляющая политики. Идеологическая пропаганда носила конструктивный характер. Широко использовалось радио, плакатная агитация, газеты, листовки, кинематограф. Наиболее мощно машина пропаганды работала в Германии.

Механизмы влияния на массы разрабатывались основателями и проводниками фашизма с ювелирной точностью. Они знали, когда, где и как нужно воздействовать на толпу, чтобы добиться своих целей. Тот факт, что их идеи живы до сих пор, позволяет говорить об определенной эффективности методов и средств пропаганды, которые они использовали.

Библиографические ссылки

1. Муссолини Б. Доктрина фашизма. Париж., 1938. С. 3.
2. Гитлер А. Моя борьба. СПб., 1992. С. 127–128.
3. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры, кинофильмы Второй мировой войны (1939–1945). М., 2008.
4. URL <http://viperson.ru/wind.php?ID=417182> – Олег Винокуров: Воспитание по-фалангистски.