УДК 94(41/99)
DOI: 10.24411/2311-603X_2021_3_103

Д. С. Хлопов

Концепция культурного ландшафта Германии в структуре нацистской пропаганды (по материалам газеты *Völkischer Beobachter* 1933–1939 гг.)

Масштаб и глубина нацистской жестокости, кажется, не поддаются пониманию. Что могло заставить немцев вести «войну на уничтожение», каким образом проходило нацистское воздействие на массовое сознание соотечественников? Ответ следует искать в происходившем в 1933–1939 гг., когда национал-социалистическая пропаганда готовила Германию к реваншу за проигранную Первую мировую. Сделать это можно, в частности, через обращение к концепту культурного ландшафта — сюжета, практически не исследованного как в отечественной, так и зарубежной историографии. Разработанный в качестве понятия в 1920-е гг. Отто Шлютером и Карлом Зауэром, в настоящее время культурный ландшафт воспринимается в качестве культурного образа, совокупность материальных и нематериальных частей которого позволяют читать его как символический текст. А образы и мифы, автопрезентации ландшафта оформляются в народной ментальности и дают возможность «читать» общество по его ландшафту[1].

Несмотря на то что нацисты считали радио главным средством идеологической пропаганды[2], полностью обеспечить немцев радиоприемниками им не удалось. Зато они могли полагаться на периодические издания. Самой массовой из газет Третьего рейха был «Народный обозреватель» (*Völkischer Beobachter*),

купленный NSDAP еще в 1920 г. Это ежедневное издание, получив с 1933 г. государственную поддержку, стало первой немецкой газетой, тираж которой был более миллиона экземпляров в день[3]. Она одновременно печаталась в типографиях в Берлине, Мюнхене, Вене (с 1938 г.) и имела различные приложения: *Die Deutsche Frau, Die Deutsche Landschaft, Luftfahrt-Luftschutz, Landesverteidigung und Wehrpolitik, Ostmesse-Ostschau* и др. Каждая типография имела свое постоянное территориальное издание, отражавшее местную специфику.

Самовосприятие жителями Германии своего положения в 1930-е гг. в Европе характеризуется в нацистской пропаганде понятием sonderweg (особый путь). Согласно национал-социалистическому взгляду на вещи, Германия окружена враждебными государствами, которые пытаются подорвать ее обороноспособность. «Народный обозреватель» предупреждает: «Внимание! Шпионы на производстве»: «снова и снова зарубежные страны пытаются проникнуть в тайны нашей национальной обороны и нашей экономической независимости»[4]. Помимо разведки, главный редактор *VB* А. Розенберг жалуется, что *Times* связывает «нацистов» с попыткой убийства польского министра иностранных дел, подрывая международный авторитет NSDAP. И вообще английские газеты служат поджигателям войны[5] и постоянно акцентируют внимание на «пропаганде немецких зверств»[6]. На первомайские торжества в СССР следует реакция об очередных подготовительных мероприятиях к разжиганию революции на западе из Москвы, «всемирной штаб-квартиры еврейского большевизма»[7]. Подобные же материалы выходят об Австрии, Чехословакии, Польше, максимально расширяясь в период пропагандистских кампаний перед агрессией на эти государства.

Национал-социалисты предлагают новое ви́дение своей страны через старые античные образы. *VB* предлагает читателям ознакомиться со «взглядом со стороны» — одна из скандинавских газет в статье «Германия объединила Спарту и Афины!» с восторгом пишет: «В качестве решающей черты становления нового немца иностранцы снова и снова подчеркивают порядок. Порядок! Порядок! Порядок! Такое впечатление затмевает все остальные. <...> Это не пустой и формальный порядок, который демонстрируется внешним видом и требует нежелательной дисциплины. Скорее, это естественное выражение долгого и страстного желания простого и самоотверженного народа к порядку. Германия снова нашла себя»[8]. Жестокая дисциплина военного лагеря, которой жила Спарта, и доминирующая роль «мудрых Афин» среди всех греческих городов должны были стать ответом, приготовленным остальной Европе, точно так же, как это сделали два полиса против нашествия персов. Нацисты видели возможность усиления страны через уподобление Германии спартанскому милитаризму в большей и афинской просвещенности в меньшей степени[9], что постепенно превращало ее культурный ландшафт в огромных размеров бряцающий оружием военный лагерь. Или, в терминологии Розенберга, орденское государство, мужской союз.

Одним из самых распространенных видов отдыха в Германии был ближний туризм[10], когда семья с раннего утра садилась в пригородный поезд и отправлялась осматривать окрестности, местные достопримечательности или просто устроить пикник на траве[11]. Помимо пользы долгих пеших прогулок на свежем воздухе такое времяпрепровождение позволяло больше знакомиться с собственной страной и, что еще важнее, — приблизиться к природе. Для человека индустриального общества пейзаж подразделяется на «культурный» и «природный». При выезде немца из фабричного города в сельскую местность его психоэмоциональная шкала постепенно смещается в сторону «природы» и достигает максимума, когда он вступает в лес — идеалистическое воплощение «первозданности», где не видно следов человеческой деятельности. Нацисты враждебно относились к изменениям в обществе, внешним проявлением которых было наступление механизации и капитализма на традиционный уклад жизни. Они ввели в речевой оборот понятие, обозначающее наступление индустриализации — "der Asphalt". Оно означало не только закатывание цветущих лугов битумной крошкой, но и стиль жизни: более стремительный, нацеленный на быстрое обогащение, получение удовольствий и не задумывающийся о последствиях. Этому городскому стилю жизни противопоставлялась деревня. Крестьяне и гроссбауэры в национал-социалистической концепции получали преимущество перед горожанами — «скоплением интеллектуалов (лишенных корней и потому чуждых "голосу крови"), евреев и марксистов»[12].

Передавать такие идеи NSDAP как можно большей части немецкого народа было призвано приложение *Die Deutsche Landschaft*, печатавшееся в столичном издании — *Berliner Beobachter* и выходившее раз в неделю (сам «Обозреватель» печатался ежедневно). *Die Deutsche Landschaft* должен был дать представление о природном богатстве, красоте Германии, а также о ее культурно-историческом наследии, воспевать традиционный уклад жизни местных народов: швабов, саксонцев, баварцев и пр.

Приложение всегда занимало одну полосу информацией для читателей о нескольких значимых местах, всегда иллюстрируемых. Немцев заманивали посетить то или иное место словами об исключительности природы, например о «красивом осеннем убранстве леса» в «прекрасный октябрьский день»[13]. В качестве примера приложение предлагало посетить Ханауэрланд, пограничный край на Рейне, познакомиться с местными жителями «протестантами, верными библейским истинам, чьи костюмы знает весь мир»[14], а также посмотреть на их фахверковые домики. Тем, кто любит архитектуру, приехать в Вертхайм на Майне, известный средневековыми постройками, городской готической церковью, старым замком, четырехсотлетним фонтаном Ангела. Помимо построек город знаменит тем, что в 1517 г. видел Мартина Лютера и Густава Адольфа веком позже. Также в истории «немецкого движения за свободу» Вертхайм заслужил себе хорошее имя — он «был одним из первых мест во Франконии, где мысли Адольфа Гитлера укоренились и поддерживались вопреки преследованиям

старой системы»[15]. Если не привлекали природа и история с архитектурой, читатель мог заинтересоваться описанием отечественных бальнеологических курортов, съездить в Зальцуфлен в Тевтобургском лесу — подлечить желудок, спину, или в Айблинг, альпийскую грязелечебницу — омолодить себя внешне; спортсменов могли заинтересовать лыжные трассы в лесах Гарца.

Принципиально важно: помимо фактического материала о Германии, подаваемого *VB*, нацистам нужно было присвоить всю ее территорию в идейном, символическом смысле. Если они хотели воспитать из немца нового человека, им нужно было погрузить его в мир, наполненный национал-социалистическими смыслами, которые бы воспроизводились каждый день, каждый час, при каждом разговоре, взгляде в окно, в мыслях. Эта ментальная экспансия может быть отслежена в нескольких областях символической, идейной, географической.

Никогда раньше цвет не значил так много в политической жизни. Германия окрашивается в коричневый — одним из главных зданий страны становится Коричневый дом в Мюнхене (штаб-квартира NSDAP), по всем улицам и площадям шагает коричневая армия фюрера, в Рейхстаге большинство у коричневых рубашек, а в спорте люди следят за самой важной гонкой за «Коричневую ленту Германии»[16] (ежегодные скачки, проходившие на мюнхенском ипподроме). Уильям Ширер в своем «Берлинском дневнике» не менее пяти раз отмечает «коричневость» нацистов[17], так сильно это бросалось ему в глаза. Помимо цвета, нацисты используют ломаный крест (Hakenkreuz), всем известный как свастика. Всего через полтора месяца своего канцлерства Гитлеру удается de jure отказаться от веймарского черно-красно-желтого флага и вернуть имперские черно-бело-красные цвета, при этом сделав важное дополнение, — вместе с ним должен вывешиваться и флаг со свастикой, а еще через два года свастика стала единственным — государственным — флагом рейха[18]. Теперь ей присягали, отдавали честь, с ней идентифицировали себя. Этот символ распространился повсюду, она была везде: на улице, дома, в кошельке, в школьном рюкзаке — и благодаря принципу постоянного повторения прочно ассоциировалась с властью NSDAP и фюрера. Также народы привыкли отождествлять свое государство с традиционным для их культуры животным символом. Германия свой символ — черного орла — получила от герба королевства Пруссия. Он использовался как неофициально — на страницах газет, заменяя собой образ страны, так и на официальном уровне, сначала как герб Веймарской республики, а позже и Третьего рейха. Еще одним путем воздействие можно было оказать, дав наглядные примеры желаемого поведения, — их с избытком предоставляли персонажи национал-социалистического движения в годы борьбы: Альберт Лео Шлагетер, Ханс Майковски, Хорст Вессель; в городах появляются их монументы, к ним в памятные даты возлагаются цветы[19]. В риторике *VB* Берлин называется не иначе как город Хорста Весселя (“Horst-Wessel-Stadt”[20]). Выбор героев, не принадлежащих к движению нацистов, но чтимых ими, не был замыслова-

тым — все они являлись военными и определенным образом послужили стране: Карл фон Клаузевиц — участвовал в освобождении Пруссии и дал немцам военную теорию, Мольтке-старший — создатель боеспособной прусской армии, адмирал Альфред фон Тирпиц — создатель военного морского флота, Манфред фон Рихтгофен — летчик-ас, полковник Пауль фон Леттов-Форбек с немногочисленными колониальными силами всю Первую мировую войну оттягивал на себя английские части в Африке. Так формировался образ самой Германии как ландшафта, предназначенного для борьбы, рождающего мужчин, основной путь которых — борьба за дело национал-социализма, нерасторжимо связанное с защитой отечества.

В идейной области немецкий культурный ландшафт предстает неотъемлемой частью «нордической расы». Расовая теория нацистов абсолютизировала силу крови, укрепление которой возможно только через смешение с партнером подходящей расы и здоровый образ жизни. Это было отражением идеологии «кровь и почва» Вальтера Дарре. На самом деле она не была оригинальным изобретением национал-социалистов, свое начало она берет еще в XIX в.[21] Дарре утверждал, что основные качества немецкой расы были получены от крестьянства начала средних веков, которое не угнеталось и не подавлялось земельной аристократией, а наоборот, образовывало вместе с ней единое расовое сообщество[22]. В кризисные годы послевоенных лет многие, особенно буржуазия, пострадавшие от социальной люмпенизации, стремились к якобы здоровому и стабильному миру прошлого. Эту же линию поддерживал Гитлер, пропагандировавший возвращение к традиционному, средневековому государству, где труд крестьянина позволял людям зарабатывать хлеб насущный без опасностей, созданных современностью, включая нищету, болезни и неправильное расовое поведение.

Географико-символическое присвоение Германии нацистами в основном сопровождалось имянаречением или переименованием немецких топонимов. Х. Центнер в «Большом лексиконе Третьего рейха» приводит данные о количестве площадей и улиц в разных городах, получивших имя Гитлера: в Берлине их 5, в Мюнхене — 7, в Штутгарте — 8[23]. По материалам *Völkischer Beobachter* имя фюрера получили площади в Гляйвице и Дрездене, Адольф-Гитлер-арена в Миндене и пр., но использовались также и другие имена: после богослужения во время дня Народного единства 1 мая 1937 г. в Мариенбурге «состоялось праздничное переименование улиц в Адольф-Гитлер- и Герман-Геринг-Штрассе»[24], один из стадионов NSKK был назван в честь рейхсляйтера и корпфюрера Национал-социалистического моторизованного корпуса Адольфа Хунляйна[25].

Продолжая семиотизировать пространство Германии, нацисты особо выделяют несколько объектов: Берлин, Мюнхен, Нюрнберг, мемориальный комплекс в Танненберге, Западный вал. Первые три имеют знаковое значение для истории NSDAP и в прямом смысле являются столицами. Берлин — собственно

столица (Reichshauptstadt[26]) Третьего рейха, также он упоминается как «мировой город» ("Weltstadt"[27]), центр притяжения иностранцев, молодежи, всего нового, «центр мира», «вечно юный город»[28], как пела популярная актриса Ильзе Вернер. Он был средоточием воли к власти нацистов, он ключ к политическому господству над Германией, и этот ключ в 1933 г. открыл дверь для коричневого потока, заполонившего страну.

Три следующих пункта можно без опасений назвать местами паломничества. Мюнхен: именно здесь произошел неудавшийся путч Гитлера, здесь происходило становление NSDAP как серьезной партии, именно тут пролилась кровь первых коричневорубашечников. Этот город — духовная столица национал-социализма — «столица движения» ("Hauptstadt der Bewegung"[29]). Город стал отправной точкой национал-социалистического «евангелия» со своими «мучениками», которым воздвигли «Храмы чести», со своим священным символом — «Знаменем крови», которым освящали все остальные партийные штандарты, и ключевым местом — площадью у Фельдхернхалле, где произошло столкновение путчистов с полицией. Место, подобное Мюнхену, было особо чтимо в нацистской идеологии, ибо здесь нацисты впервые вступили в противостояние с государственной властью и у NSDAP появились «мученики». Для 16 погибших построили два «Храма чести» в виде греческих портиков в строгом дорическом стиле. Ежегодно там проводились памятные мероприятия, а в печати распространялось утверждение, что павшие 9 ноября 1923 г. теперь держат «вечную вахту Третьего рейха»[30], охраняя Германию.

Третья столица — средневековый Нюрнберг, именно в нем «возникла идея империи как высшей земной ценности»[31], отсюда «900 лет назад началась борьба германцев против иудеев», в этом заключается символичность провозглашения антиеврейских законов в Нюрнберге. Фюрер в своем заявлении на съезде NSDAP 1933 г. определил: «Для движения город должен стать местом нашего партийного наследия на будущие времена»[32]. Под наследием понималась монументальная часть — грандиозные сооружения, подавляющие своими масштабами. Подобные сооружения предстояло возвести в Нюрнберге, «коричневом армейском лагере»[33], для стотысячных партийных съездов, основная задача которых — олицетворение величия Третьего рейха и особое психологическое воздействие на огромные массы участников съездов. За выполнение задачи взялся архитектор фюрера Альберт Шпеер, внесший свое предложение в виде «теории ценности развалин». Суть теории заключалась в том, что «здания современной конструкции, без сомнения, мало пригодны для того, чтобы перебросить, как того хотел Гитлер, "мосты традиций" к будущим поколениям»[34]. Для этого с почина Шпеера стали использоваться особые материалы, дающие возможность «сооружать здания, которые, даже будучи разрушены, через сотни или тысячи лет смогут уподобиться высоким римским образцам»[35]. Нюрнберг стал столицей партийных съездов — "Stadt der Reichsparteitag".

Мемориальный комплекс в Танненберге был построен по инициативе Союза ветеранов Восточной Пруссии и открыт в 1927 г. Пятьсот семнадцать лет назад рядом произошло знаковое событие — польско-литовское войско разгромило рыцарей Тевтонского ордена и заставило прекратить натиск на восток. В Первую же мировую войну Танненберг стал местом, где Гинденбург и Людендорф остановили наступление русской армии и спасли Германию от поражения. Чуть позже, в 1934 г., комплекс стал местом захоронения президента П. Гинденбурга[36]. В символическом плане сооружение должно было представлять неприступность рейха для большевистской армии с восточных рубежей[37].

На западе с 1936 г. велась гигантская ударная стройка, названная «оборонительным проявлением немецкой земли»[38]. Полоса протяженностью 600 км от голландской границы до Швейцарии превратилась в огромный рабочий лагерь, где немцы возводили новую линию Зигфрида — Западный вал (Westwall). «Против натиска пехоты и танков созданы непроходимые препятствия: бетонные надолбы, бункеры и бронированные купола, готовые защищать Родину. Несмотря на внушительный размер, глубину и плотность укреплений, они уходят корнями в ландшафт, который охраняют»[39]. Большинство материалов о Западном вале появляются в печати с 1938 г., когда бóльшая часть сооружений уже возведена, что позволяло использовать эту тему в качестве способа социальной мобилизации и доказательства, какое в Германии сильное Volksgemeinschaft (народное сообщество). Тому примером многочисленные описания трудовых (обезличенных) подвигов немецких строителей вала и осознание коллективности труда. Обоснованность опасений насчет западных соседей для своих читателей *VB* демонстрировал обозрением роста вооружений и их финансирования в рубрике “Truppenführung und Taktik” («Командование войсками и тактика») — главными объектами там были Франция с заморскими колониями[40], Великобритания[41] и Чехословакия[42].

Немецкий ландшафт в видении нацистов непостоянен, он динамичен и довлеет экспансии, в чем отталкивается от двух причин: первой — ресентимента, ущемленного чувства национальной гордости от поражения в войне и территориальных потерь в сторону восстановления довоенной целостности и возвращения колоний. Вторая причина — мальтузианская теория Гитлера о невозможности прокормить растущую нацию в условиях экономической автаркии без присоединения к рейху новых плодородных земель. Еще в 1920 г. третьим номером политической программы NSDAP «25 пунктов» было поставлено требование о жизненном пространстве (Lebensraum), необходимом для пропитания народа и расселения его избыточной части. Гитлер использовал взгляды геополитиков Фридриха Ратцеля и Карла Хаусхофера о том, что государства подобны органичным образованиям, они развиваются и погибают как живые существа. Растущие государства в период подъема экономики и культуры нуждаются в новых землях, чтобы увеличивать свою численность. Такая растущая держава получает право на экспансию, аннулируя

право на независимость сопредельных стран[43]. Ведь государство не может терпеть ни секунды, при этом не ослабляя себя. Отсюда следует, что границы — не «мертвые линии», они так же органичны, и могут меняться по желанию[44]. Гитлер взывает к немецкому сообществу не поддаваться на юридические термины международного права. Указуя направление, куда следует начать экспансию, фюрер отказывается от всей прежней немецкой риторики и считает, что начать нужно там, где Furor Teutonicus остановилась 600 лет назад — территориях, расположенных на востоке.

В течение семи предвоенных лет нацисты внимательно наблюдают за территориями, населенными этническими немцами в сопредельных государствах. Публикации *VB* на эту тему описывают положение volksdeutsche как третируемых правительством, притом что в некоторых областях те являются титульной нацией. В Сааре немцы угнетаются французской оккупационной администрацией, в Мемеле — литовцами, в Данциге и Гляйвице — поляками, в Судетской области — чехами. Например, Польше (в статье с характерным названием «Предложения польскому государству. Германизм в Польше в борьбе за свое право на жизнь») для улучшения положения немцев Восточной Верхней Силезии предлагалось создать квоты на рабочие места, а также на государственные заказы; увеличить количество государственных немецких школ и немецких учителей в них; обеспечить каждому немцу право общаться с польскими государственными органами на его родном языке[45]. Нацисты de facto считали земли, населяемые volksdeutsche, пространствами, на которые распространяется их покровительство, т. е. продолжением культурного ландшафта Германии, и это автоматически расширяло ее территорию.

«Основной закон расового порядка жизни» в том, что «раса не может покинуть свое изначальное жизненное пространство, не отказываясь в той или иной мере от себя самой»[46]. Это изначальное пространство — «расовое ядро». Для белой расы Европы такое пространство простирается от Пиренеев до Урала и от Нордкапа до Северной Африки. Применяя расовую теорию, нацисты считали «расовое ядро» пространством, где превыше всего соблюдается чистота крови. На вопрос, кто защищает это большое пространство, нацистский ответ был таким: «Германия отвечает не только за себя, но и в силу ее естественного веса за Европу и европейское сообщество народов»[47]. Расовая теория идеологически была для нацистов инструментом обоснования потенциальной возможности в несколько раз увеличить территорию Германии, при этом никогда точно не устанавливая предел.

Пока Третий рейх не окреп, в качестве повода к территориальным захватам практиковалось использование в национал-социалистических интересах темы меньшинств. В партийной программе первая и вторая статья требуют освобождения всех расовых братьев (volksdeutsche) от иностранного подавления. Начинали нацисты с программ приглашения этнических немцев в Германию — они осуществлялись как оздоровительные поездки; как ремесленные програм-

мы с патриотическим воспитанием; как переселение на постоянное место жительства в рейх.

Продолжали нацисты возвращением старых земель. Успешное голосование января 1935 г. о включении Саарской области в состав Германии стимулировалось сообщением о том, что Мемельланд все еще находится под литовской диктатурой. «Когда 13 января жители Саарского района пойдут на избирательные участки, чтобы объявить о своем признании Германии, и когда зазвенят колокола свободы о возвращении Саара в Отечество, то давайте не будем забывать, что на северо-восточной границе нашей державы жестоко порабощены 140 000 немцев. Такого не должно быть в то же время, когда мы поем праздничные гимны»[48]. Также рядом с Мемелем немецкие жители Данцига, праздновавшие 1 мая, собирались тесными колоннами послушать речь гауляйтера Альберта Форстера и подчеркнуть свою тесную связь с немецкой Родиной[49].

Нацисты прямо нарушали суверенитет других государств, как это случилось с Австрией (там это было декорировано как «присоединение») и Чехословакией (сначала к Рейху «отошла» Судетская область, потом — немецкие войска заняли всю страну). Нацисты использовали средневековый религиозный образ наступления времени Третьего царства; этот образ удачно обыграл сторонник консервативной революции Мёллер ван ден Брук еще в 1923 г. в книге «Третий рейх». Подхваченный всем националистическим движением в 1920-е гг., образ «Третьего рейха» стал политическим мифом и удобным рычагом для игры на чувствах избирателей. 1 сентября 1933 г. Гитлер официально объявил, что германское государство теперь называется «Третьим рейхом».

В пропаганде использовалась и реклама. Больше всего ее появлялось на страницах газеты в конце августа — начале сентября, когда в Нюрнберге начинался ежегодный съезд NSDAP и можно было ожидать естественного увеличения выпуска тиража, подписку на который зачастую заставляли оформлять членов партийных организаций. Обычно рекламное место в таких тиражах уходило крупным национальным компаниям, часто они выкупали всю полосу, и немец видел, что в его стране есть развитая промышленность: металлическая, автомобильная, химическая, станкостроительная, оружейная, электродвигательная. Это заставляло его гордиться отечественными марками: *Daimler-Benz*, *Auto-Union* (будущая *Audi*), *Zundapp*, *Hanomag*, *Henschel*, *AEG*, *Magirus*, *Mauser*, *Rheinmetall-Borsig*, *Siemens*, *IG-Farbenindustrie*, *Telefunken*, *Nivea*, *Henkel*. Реклама обычно сопровождалась броским рисунком или фотографией — дымящих фабричных труб, мощных турбин, современных автомобилей и мотоциклов, компактного радиоприемника, радующихся использованию косметики покупательниц. Подобные изображения создавали образ передового индустриального государства со стремительным урбанизированным стилем жизни и соответствующими нравственными ценностями.

Дополняли образ материалы технического плана: о строительстве очередной гигантской плотины в Айфеле, репортаж со сборочной линии на заводе

Opel, сообщения о впечатлениях иностранцев от нового немецкого пикирующего бомбардировщика Ju-87 на Международной выставке в Брюсселе.

Можно было не обращать внимания на рекламу, не интересоваться статьями о технике, но сообщения об ударных стройках скоростных шоссе по всей Германии мало кто мог пропустить. Причем утверждалось, что «...автобан — казалось бы, кошмар для любого любителя природы... должен оказаться более коротким путем к истинной природе, чем обычная основная или проселочная дорога... Сохранению и восстановлению истинной природы служит и посадка деревьев вдоль новых дорог... Ведь каждая дорога должна быть окаймлена деревьями, иначе она не будет немецкой»[50].

В итоге можно заключить, что, используя *Völkischer Beobachter* в качестве исторического источника, можно составить достаточно цельное представление о национал-социалистической концепции культурного ландшафта Германии. Нацистам постепенно удалось семиотически «присвоить» пространство страны и создать в пропаганде систему наиболее значимых ценностей и объектов культурного ландшафта для воздействия на массовое сознание. Это стало главным подспорьем NSDAP в темном деле лишения немцев гуманности и забвения чувств миролюбия, справедливости, милосердия, сформировав захватнические интенции. Нацисты допускают существование только тех немцев, что доказали чистоту крови. Поэтому нацистская доктрина для Германии подразумевает потенциальную враждебность к любым другим народам, ибо сконструированный ее идеологами ландшафт сугубо национален, предназначен только для немцев — "Ein Volk, ein Reich, ein Führer".

Национал-социализм агрессивно утопичен и реакционен, во всем новом, приносимом современностью, его идеологи усматривали угрозу традиционному немецкому образу жизни. Имманентная ценность ландшафта заключается в нем самом как земле, дающей национальную идентичность, пропитание и жизнь германскому народу. Народ и ландшафт единое целое, где, убрав одно, погибнет второе. Возвращение к псевдосредневековому ландшафту выглядит попыткой избежать фрустрации, вызванной послевоенным кризисом и падением общественных нравов.

Ценность ландшафта в понимании нацистских идеологов заключается в сакральности содержащихся в нем объектов. Особое значение получают города (места паломничества, играющие важную роль для NSDAP, — Берлин, Мюнхен, Нюрнберг), места, означающие рубежи рейха — Танненберг и Западный вал (призваны остановить вторжение с любой из этих сторон), природные пространства, концентрированное выражение которых сосредоточено в лесах (Шварцвальд, Баварский лес, Айфель, Гарц). Смысл, вкладываемый в значение этих объектов, позволяет при нацистской «работе над сознанием» назвать их «местами силы», ведь это именно те места, откуда немецкий народ черпает волю к борьбе. Но так как ландшафт Германии является сплошным пространством, нацисты наделили его сакральностью с помощью идеологемы о Третьем

царстве. В данном случае христианская эсхатология лила воду на национал-социалистическую мельницу, позволяя считать немецкий народ мессией, должным спасти «арийскую расу» от гибели. Это создавало иллюзию легитимности нацистской Германии в глазах немцев, которых агитировали за «тотальную войну» против большевизм и капитализма. Но, в конце концов, так и не избавило ее от справедливого возмездия.

---

1 *Каганский В. Л.* Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство: Сборник статей. М.: Новое литературное обозрение, 2001. С. 15, 19.
2 *Zeman Z. A.* Nazi Propaganda. London: Oxford University Press, 1964. P. 50.
3 *Эванс Р.* Третий рейх: Дни триумфа. 1933–1939. М.: Астрель, 2010. С. 150.
4 Völkischer Beobachter. 1937. August 11.
5 Völkischer Beobachter. 1937. Mai 2.
6 Völkischer Beobachter. 1937. Mai 12.
7 Völkischer Beobachter. 1937. April 22.
8 Völkischer Beobachter. 1937. August 4.
9 *Суриков И. Е.* Винкельман — Ницше — Гитлер: «Немецкая античность» и складывание нацистской идеологии // История и современность. 2012. Март, № 1. С. 197.
10 *Патрушев А. И.* Германия в XX веке. М.: Дрофа, 2004. С. 166.
11 *Тимофеева Т. Ю.* «Мы жили обычной жизнью»? Семья в Берлине в 30-е–40-е гг. XX в. М.: РОССПЭН, 2011. С. 95–96.
12 *Макарова Л. М.* Идеология нацизма. Сыктывкар: Изд-во СыктГУ, 2005. С. 68.
13 Berliner Beobachter. 1933. Juni 1.
14 Berliner Beobachter. 1933. Juni 7.
15 Berliner Beobachter. 1933. Juni 22.
16 Völkischer Beobachter. 1937. August 1.
17 *Ширер У.* Берлинский дневник. М.: Астрель; Полиграфиздат, 2012. С. 20, 21, 26, 40, 54.
18 15. September 1935. Reichsflaggengesetz. Reichsgesetzblatt. S. 1145.
19 Völkischer Beobachter. 1937. August 13.
20 Berliner Beobachter. 1933. Juni 2.
21 *Münkel D.* Nationalsozialistische Agrarpolitik und Bauernalltag. München: Campus Verlag, 1996. S. 95.
22 *Эванс Р.* Третий рейх: Дни триумфа. 1933–1939. С. 458.
23 *Макарова Л. М.* Идеология нацизма. С. 79.
24 Völkischer Beobachter. 1937. Mai 1–2.
25 Völkischer Beobachter. 1937. August 3.
26 Völkischer Beobachter. 1937. Mai 6.
27 Völkischer Beobachter. 1937. Mai 2.
28 Песня “Das ist Berlin” (1938).
29 Völkischer Beobachter. 1937. August 5.
30 Ibid.
31 Völkischer Beobachter. 1937. September 5.
32 Ibid.
33 Ibid.
34 *Шпеер А.* Воспоминания. М.: Захаров, 2010. С. 75.
35 Там же. С. 75.
36 Völkischer Beobachter. 1934. August 4.

[37] Völkischer Beobachter. 1939. August 24.
[38] Völkischer Beobachter. 1938. November 6.
[39] Ibid.
[40] Völkischer Beobachter. 1937. August 14.
[41] Völkischer Beobachter. 1937. September 16.
[42] Völkischer Beobachter. 1937. August 20.
[43] *Lange K.* Der Terminus "Lebensraum" in Hitlers "Mein Kampf" // Vierteljahrshefte fur Zeitgeschichte. 1965. Jg. 51. Hf. 4. S. 430.
[44] *Нойман Ф.* Бегемот: Структура и практика национал-социализма 1933–1944. СПб.: Владимир Даль, 2015. С. 195.
[45] Völkischer Beobachter. 1937. Mai 7.
[46] *Нойман Ф.* Бегемот: Структура и практика национал-социализма 1933–1944. С. 229.
[47] Там же. С. 230.
[48] Völkischer Beobachter. 1935. Januar 13.
[49] Völkischer Beobachter. 1937. Mai 2.
[50] *Кюстер Х.* История леса: взгляд из Германии. М.: ИД ВШЭ, 2012. С. 144.

References

KAGANSKIJ V. L. *Kul'turnyj landshaft i sovetskoe obitaemoe prostranstvo: Sbornik statej* [Cultural landscape and Soviet habitable space: Collection of articles. In Russ.]. Moskow, 2001.

EVANS R. *Tretij rejh: Dni triumfa. 1933–1939* [Third Reich: Days of Triumph. 1933–1939. In Russ.]. Moskow, 2010.

SURIKOV I. E. *Vinkel'man — Nicshe — Gitler: "Nemeckaya antichnost'" i skladyvanie nacistskoj ideologii* [Winckelmann — Nietzsche — Hitler: "German Antiquity" and the folding of Nazi ideology. In Russ.] // Istoriya i sovremennost'. 2012. N 1. P. 197

PATRUSHEV A. I. *Germaniya v XX veke* [Germany in the twentieth century. In Russ.]. Moskow, 2004.

TIMOFEEVA T.Y. *"My zhili obychnoj zhizn'yu"? Sem'ya v Berline v 30-e — 40-e gg. XX v.* ["We lived an ordinary life"? Family in Berlin in the 30s–40s. XX century. In Russ.]. Moskow, 2011.

MAKAROVA L. M. *Ideologiya nacizma* [The ideology of Nazism. In Russ.]. Syktyvkar, 2005.

SHIRER U. *Berlinskij dnevnik* [The Berlin Diary. In Russ.]. Moskow, 2012.

MUNKEL D. *Nationalsozialistische Agrarpolitik und Bauernalltag.* München: Campus Verlag, 1996.

SHPEER A. *Vospominaniya* [Memories. In Russ]. Moskow, 2010.

LANGE K. Der Terminus "Lebensraum" in Hitlers "Mein Kampf" // Vierteljahrshefte fur Zeitgeschichte. 1965. Jg. 51. Hf. 4. S. 430.

NOJMAN F. *Begemot: struktura i praktika nacional-socializma 1933–1944* [Behemoth: The Structure and Practice of National Socialism 1933–1944. In Russ]. St. Petersburg, 2015.

KYUSTER H. *Istoriya lesa: vzglyad iz Germanii* [History of the forest: a view from Germany. In Russ.]. Moskow, 2012.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Д. С. Хлопов. Концепция культурного ландшафта Германии в структуре нацистской пропаганды (по материалам газеты *Völkischer Beobachter* 1933–1939 гг.) // Петербургский исторический журнал. 2021. № 3. С. 103–115

Аннотация: Для подготовки к мировой войне нацистскому режиму было необходимо опираться на твердый тыл, стержень которого составляла бы монолитная сплоченность немецкого народа и партии, дабы не повторилась ситуация 1918 г. Столь масштабную задачу можно было решить, лишь пересоздав окружающий немцев ментальный мир, тотально соотнеся в нем повседневность и идеологию.

Эта попытка рассматривается в статье с помощью концепта культурного ландшафта, который очень ярко выражен через партийную газету *Völkischer Beobachter* и позволяет оценить, какого чудовищного результата нацистам удалось достичь в деле создания «новой морали и нового человека».

Ключевые слова: Германия, Третий рейх, NSDAP, идеология, национал-социализм, ландшафт, раса, «кровь и почва», автобан, Нюрнберг, Танненберг, Западный вал, volksdeutsche, газета *Völkischer Beobachter*.

FOR CITATION

Dmitry Khlopov. The concept of the cultural landscape of Germany in the structure of Nazi propaganda (based on the materials of the newspaper *Völkischer Beobachter* 1933–1939) // Petersburg historical journal, no. 3, 2021, pp. 103–115

Abstract: To prepare for a world war, the Nazi regime needed to rely on a solid rear, the core of which would be the monolithic solidarity of the German people and party, so that the situation of 1918 would not be repeated. Such a big task could be solved only by re-creating the surrounding mental world of the Germans, totally correlating everyday life and ideology in it. This attempt is explored in the article using the concept of the cultural landscape, which is very clearly expressed in the party newspaper *Völkischer Beobachter*. It allows to assess what terrible result the Nazis managed to achieve in the creation of a "new morality and a new man".

Key words: Germany, Third Reich, NSDAP, ideology, National Socialism, landscape, race, "blood and soil", Autobahn, Nuremberg, Tannenberg, West Wall, volksdeutsche, *Völkischer Beobachter* newspaper.

Автор: **Хлопов, Дмитрий Сергеевич** – аспирант кафедры всеобщей истории РГПУ им. А.И. Герцена.

Author: **Hlopov, Dmitriy** – graduate student of the Department of World History, Herzen University.

E-mail: xlopoff.dmitry@yandex.ru