

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

*На правах рукописи*

 \_\_\_\_\_

**Нечай Елена Николаевна**

**КОЛЛАБОРАЦИОНИСТСКАЯ ПЕЧАТЬ НА ДОНУ В ПЕРИОД  
ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (1941-1943 гг.):  
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель –  
кандидат филологических наук,  
доцент Беспалова А.Г.

Ростов-на-Дону – 2016 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА I. КОЛЛАБОРАЦИОНИСТСКАЯ ПРЕССА КАК СРЕДСТВО ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКИ ЖИТЕЛЕЙ ОККУПИРОВАННЫХ ТЕРРИТОРИЙ.....	12
1.1. Основные постулаты нацистской пропаганды накануне и в период Великой Отечественной войны .....	12
1.2. Коллаборационистская пресса: объем понятия и типология.....	25
ГЛАВА II. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОЛЛАБОРАЦИОНИСТСКОЙ ПЕЧАТИ НА ДОНУ.....	45
2.1. Выпуск и распространение в Ростовской области периодики общей направленности .....	45
2.2. Специализированная коллаборационистская пресса в регионе: газеты «Доброволец», «Казачий вестник» и журнал «На казачьем посту».....	62
ГЛАВА III. ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ГОРОДСКОЙ ГАЗЕТЫ «НОВОЕ СЛОВО» (ТАГАНРОГ) .....	78
3.1 Функциональные и организационно-издательские характеристики газеты.....	78
3.2 . Трансформация проблемно-тематического комплекса «Нового слова» в контексте военных событий.....	90
3.3. Жанровые формы и языковые методы подачи информации .....	104
ГЛАВА IV. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ГАЗЕТЫ «ГОЛОС РОСТОВА» В ГОДЫ НЕМЕЦКОЙ ОККУПАЦИИ.....	114
4.1. Деятельность редакции по идеологическому обеспечению поддержки фашистов.....	114
4.2 . Особенности газетной практики (оформление, рубрикация, жанры, язык и стиль публикаций).....	128
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	141
БИБЛИОГРАФИЯ .....	145
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	163

## ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе информация стала таким же стратегическим ресурсом, как энергетический или продовольственный. Известный футуролог Э. Тоффлер отмечал, что войны аграрного периода велись за территорию, войны индустриального периода – за средства производства. Войны в информационном веке ведутся за средства обработки и распространения информации [Тоффлер 2010, с. 154]. СМИ оказывают большое влияние на жизнь общества в целом: формируют мировоззренческие основы и ценностные ориентиры аудитории, воздействуют на самосознание людей, их идеалы и стремления [Прохоров 2011, с. 61]. Поскольку СМИ позволяют охватить обширную аудиторию, пропагандистская работа с различными группами населения через прессу является одним из факторов в арсенале приемов и действий государства в обеспечении национальной безопасности. Глубокий и детальный анализ всего комплекса вопросов, связанных с воздействием пропаганды на умы и настроения неоднородного по целому ряду признаков населения, имеет актуальное значение в современных политических условиях. Так как информационно-пропагандистскую агрессию нацистов против СССР можно считать предтечей современных информационных войн, опыт, накопленный в годы Великой Отечественной войны, является важным и действенным арсеналом, использование которого позволяет противодействовать идеологической работе политических оппонентов.

В 2006 г. с большинства архивных документов времен Великой Отечественной войны был снят гриф секретности, что позволило ученым обратиться к изучению ряда проблем, ранее не находившихся в фокусе исследовательского поиска. В числе таких лакун – деятельность коллаборационистской прессы в целом и на Дону, в частности. Коллаборационизм (фр. *collaboration* – «сотрудничество») – осознанное и добровольное сотрудничество с врагом в его интересах и во вред своему государству или союзным с ним странам. Согласно международному праву,

коллорабационизм классифицируется как преступление против государственной власти, во время вражеской оккупации приравнивается к военному преступлению. Случаи сотрудничества с врагами советских людей в 1941-1945 гг. не могут рассматриваться исключительно как частные примеры маргинального сознания, форма недостойного поведения отдельных личностей. Это было специфическое социальное явление, чуждое подавляющему большинству населения оккупированных фашистами территорий, но распространившееся на сравнительно массовые группы граждан.

В СССР во время войны значительный всплеск коллаборационизма отмечался на территории юга страны [Семиряга 2000, с. 52]. Ростовская область служила «воротами» Северного Кавказа, являлась крупным промышленным центром с удобным для военных маневров географическим расположением и миллионным населением. По этой причине регион представлял особый интерес для гитлеровского руководства Германии, и именно здесь в 1941-1943 гг. на практике были использованы разнообразные формы и методы воздействия на местное население, разработанные нацистским идеологическим аппаратом.

Главной целью пропагандистских служб врага было получение поддержки городских и сельских жителей Дона, превращение их в союзников оккупационных властей в борьбе с Красной армией и советской властью. Изучение характера и результатов вражеского воздействия на сознание местного населения в условиях оккупации дополняет наше знание об идеологическом противостоянии двух стран в годы Великой Отечественной войны и, кроме того, позволяет раскрыть механизм формирования определенных социально-политических установок у большой аудитории в условиях военного конфликта. Все вышесказанное обуславливает **актуальность диссертационного исследования**, посвященного изучению коллаборационистской периодики.

**Степень изученности темы.** Длительное время в трудах отечественных исследователей даже упоминание коллаборационизма практически не встречалось. Большое значение для понимания условий функционирования коллаборационистских изданий имеют вышедшие в последние годы научные труды военных историков, специализирующихся на изучении коллаборационизма как явления: М.И. Семиряги [Семиряга 2000], Б.Н. Ковалева [Ковалев 2004], А.Д. Цыганка [Цыганок 2000]. В солидной, как по объему, так и по степени новизны, монографии М.И. Семиряги подробно исследованы подготовка и осуществление военными службами Германии национальной политики на Северном Кавказе.

В 90-х годах прошлого столетия к проблеме коллаборационизма обратились ученые из Украины и Беларуси. В 1941 г. на территории ныне независимых государств были образованы рейхскомиссариаты «Украина» и «Остланд». Историки, собирая разнообразные данные о деятельности рейхскомиссариатов, уделили особое внимание процессу создания профашистской периодической печати. В числе обобщающих работ отметим диссертацию белорусского историка Г.А. Болсун «Противостояние немецкой и советской пропаганды на оккупированной территории Беларуси (1941-1944 гг.)» [Болсун 1999], статью Б.И. Чернякова «Періодична преса на окупованій території України» [Черняков 2003], в которых авторы дают комплексную характеристику системы пропаганды рейхскомиссариатов, вписывая в нее прессу. Значительный интерес представляют публикации исследователей М.В. Ковалья [Коваль 1977], И.В. Грибкова [Грибков 2016] и С.В. Жумаря [Жумарь 1996], составивших примерный список коллаборационистских изданий, выходивших в оккупированных областях. Особенности функционирования отдельных газет отражены в работах ряда авторов – Д.М. Титаренко [Титаренко 2000], Ю. Г. Бойко [Бойко 1990], А.И. Луцкого [Луцкий 1995] и др. Изучением объекта в масштабах региона занимается историк О.В. Романько [Романько 2004], разрабатывающий проблему коллаборационизма в Крыму. Однако заметим, что комплексного

анализа деятельности изучаемой прессы указанные авторы не проводили: периодическая печать рассматривается ими только в аспекте отражения «нового порядка» на территории Украины. Немаловажно и то, что все научные работы, посвященные этой теме, вышли на украинском языке, что осложняет знакомство с ними российских ученых. Обратим внимание и на тот факт, что белорусские исследования не распространялись на территории Российской Федерации и нам доступны лишь фрагменты работ, размещенные в сети Интернет.

Большой вклад в исследование коллаборационистской периодики внес немецкий исследователь профессор Гейдельбергского университета Хайнц-Дитрих Леве, который возглавил международный проект «Национал-социалистическая пресса на оккупированной территории СССР». В рамках проекта ученые из Германии (Франк Горлиш, Хайнц-Дитрих Леве), России (Б. Ковалев), Беларуси (С. Жумарь) и Украины (О. Романько) представили доклады с общей характеристикой форм и методов нацистской пропаганды, а также с обзорами конкретных изданий и антисемитской составляющей в них. Были прослежены судьбы авторов и редакторов коллаборационистской печати, дана оценка методики анализа оккупационной прессы как исторического источника. Однако основной акцент в данных работах был сделан на изучении исторических реалий, отраженных в прессе, в частности Холокоста.

У отечественных исследователей, в отличие от украинских коллег, долгое время не было возможности работать с архивными материалами периода оккупации. В России вышло всего несколько работ, упоминающих коллаборационистскую прессу. Историки А.Л. Есипов [Есипов 2008] и Л.А. Молчанов [Молчанов 2005] описали прессу отдельных областей центральной России, не давая характеристики системы журналистики в целом.

Прессе юга России также посвящено несколько диссертаций. В работах Н.В. Дорониной [Доронина 2005] и А.В. Малышева [Малышев 2007]

содержится ценный исторический и аналитический материал, помогающий проследить особенности пропагандистской деятельности немцев. Ученые исследуют структуру, а также особенности нацистской пропаганды в Германии, проблемы коллаборационизма на оккупированных территориях и дают комплексный исторический анализ деятельности пропагандистских ведомств Германии.

Важной вехой в разработке указанной научной проблематики стала статья профессора Южного федерального университета Н.И. Бусленко «Коллаборационистская печать на Дону: 1941-1943 гг.», опубликованная в 2005 г. [Бусленко 2005]. В этом труде впервые описывается система прессы периода оккупации нашего региона, анализируются предпосылки ее возникновения, зона распространения. Не ставя своей целью всестороннее исследование донских коллаборационистских изданий, автор выявил и обозначил границы явления, еще не нашедшего отражения в историко-журналистской науке, создал методологическую основу для дальнейшей разработки проблематики.

**Новизна данного исследования** заключается в том, что впервые проводится комплексный и системный анализ деятельности коллаборационистской печати в Ростовской области. В научный оборот вводится ряд архивных источников, ранее находившихся под грифом «Секретно».

**Объектом данного исследования** выбрана коллаборационистская пресса, издававшаяся и распространявшаяся на Дону в 1941-1943 гг. Под коллаборационистским журналом/газетой мы понимаем такой тип издания, который формируется, выпускается и распространяется коллаборационистами для выполнения информационно-пропагандистских функций в интересах оккупантов.

**Предметом исследования** стали организационные формы и практические методы работы коллаборационистских изданий Ростовской области, их структура, тематика и проблематика.

**Цель исследования** – дать комплексную характеристику деятельности изучаемых коллаборационистских изданий (организационно-функциональный, проблемно-тематический и др. аспекты).

Данная цель достигается путем решения следующих **задач**:

- определить объем понятия «коллаборационистская пресса»;
- описать систему нацистской пропаганды, созданной на оккупированной территории СССР;
- проанализировать особенности функционирования и распространения коллаборационистских изданий на оккупированной территории СССР и Ростовской области в частности;
- выделить основные этапы деятельности прессы коллаборационистов;
- охарактеризовать тематику и проблематику коллаборационистской периодики региона;
- исследовать принципы оформления изданий;
- изучить авторский состав редакций;
- выделить жанрово-стилистические особенности текстов.

**Эмпирическая база исследования.** В процессе подготовки диссертации были выявлены и исследованы *de visu* все выпуски следующих коллаборационистских изданий: «Новое слово» с 1941 по 1943 гг. (за два года существования газеты вышло 227 номеров), «Голос Ростова» с 1942 по 1943 гг. (77 номеров), «Казачий вестник» с 1941 по 1945 гг. (90 номеров), «На казачьем посту» с 1943 по 1945 гг. (42 номера). Кроме того были изучены отдельные номера газет «Голос Крыма» с 1942 по 1943 гг. (10 номеров), «Донецкий вестник» 1941-43 гг. (5 номеров), «Эхо Приазовья» 1941-1943 гг. (3 номера). Общее количество проанализированных номеров составило 454 единицы.

Нами были найдены и изучены многие ранее не публиковавшиеся документы из государственных архивов Ростовской области: Таганрогского филиала государственного архива Ростовской области (Таг. ГАРО) – фонд Р-



604, опись 1, дело 1, 2; ГУ «Центр документации новейшей истории Ростовской области» (ГУЦДНИРО) – фонд 3, 4, опись 1, дело 1, 2.

**Теоретическую базу** диссертационной работы составили труды известных российских исследователей истории отечественной журналистики XX века (А.Г. Беспаловой, Е.А. Корнилова, Г.В. Жиркова, И.В. Кузнецова, Р.П. Овсепяна). В процессе подготовки данной диссертации автор опирался на монографии, учебные пособия, кандидатские и докторские диссертации, статьи из научных журналов и сборников, в которых рассматривается деятельность прессы в период Великой Отечественной войны.

**Методы** исследования определены его целью, задачами и спецификой материала. В работе были использованы такие общенаучные методы, как системный, анализа и синтеза, аналогии, а также принципы историзма и научной объективности. В диссертации применялись специальные научные методы – историко-типологический, историко-сравнительный, библиографический, ряд филологических методов, что позволило создать наиболее полное представление об изучаемом объекте.

**Хронологические рамки** исследования охватывают период 1941-1943 гг. Территория донского региона была оккупирована в 1941 г., в это же время в захваченных районах и городах стали появляться коллаборационистские издания. Ограничение исследования 1943 г. обусловлено тем, что изучаемая периодика прекратила свое существование сразу после освобождения Ростовской области от фашистских захватчиков.

#### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Система пропаганды, сформированная в Германии после прихода к власти Гитлера, предназначалась для идеологической обработки не только немцев, но и всех порабоощаемых народов. Деятельность коллаборационистской прессы, формальными учредителями и основными авторами которой являлись местные жители, определялась нацистской концепцией пропаганды, предусматривающей тотальный контроль над

печатным словом через предварительную цензуру и централизацию информационного потока.

2. Включение оккупированной Ростовской области в состав рейхскомиссариата «Украина» определило такую особенность системы коллаборационистской печати региона, как формализация аудиторного признака: наряду с местными изданиями на Дону широкое распространение получила украинская периодика. Заинтересованность фашистов в использовании развитой промышленной базы стала причиной появления коллаборационистских фабрично-заводских газет – типа, не представленного в других регионах. Учитывалась национально-этническая специфика состава населения: в области широкое распространение получили специализированные издания для казачества.

3. Главная цель создания коллаборационистских газет в Таганроге и Ростове-на-Дону – превращение гражданского населения из противника в союзника оккупационной власти – должна была достигаться за счет пропагандистской насыщенности текстов, избирательной и строго дозированной информации, широкого использования манипулятивных приемов.

4. «Новое слово» и «Голос Ростова» относились к одной типологической модели городской газеты, что предопределило их схожесть в структурно-содержательном и оформительском аспектах. Специфика условий функционирования (длительность периода оккупации, степень близости к фронту, кадровый состав редакции) проявилась в тематических акцентах, использовавшихся жанровых формах, языковых средствах.

**Теоретическая значимость работы** заключается в том, что впервые уточняется объем понятия «коллаборационистская пресса», дается ее классификация, анализируется место в системе нацистской пропаганды, что позволяет расширить наши представления о печати как орудии идеологической работы в годы Великой Отечественной войны.

**Научно-практическая значимость работы** состоит в возможности использования ее результатов для противодействия пропагандисткой деятельности идеологических противников с различными сегментами аудитории, а также для дальнейшего изучения феномена коллаборационизма. Результаты исследования могут быть использованы в преподавании дисциплин «История отечественной журналистики» и «PR-коммуникации».

**Апробация работы.** Основные положения и результаты исследования, выносимые на защиту, были представлены на научно-практических конференциях различного уровня в Южном федеральном университете (2010, 2012), Московском государственном университете (2012), Санкт-Петербургском государственном университете (2013), а также в рамках курса «История отечественной журналистики». Кроме того, по теме диссертации опубликовано 12 работ общим объемом 3 п.л., в том числе 5 статей в журналах, рекомендованных ВАК: Филологические науки. Вопросы теории и практики (г. Тамбов, 2014, 2015), European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук, г. Москва, 2014), Вестник Адыгейского государственного университета (г. Майкоп, 2013), Гуманитарные и социальные науки (г. Ростов-на-Дону, 2012).

Диссертационное исследование состоит из введения, четырех глав, заключения и библиографического блока, включающего список научной литературы (184 наименования) и список источников.

# ГЛАВА I. КОЛЛАБОРАЦИОНИСТСКАЯ ПРЕССА КАК СРЕДСТВО ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКИ ЖИТЕЛЕЙ ОККУПИРОВАННЫХ ФАШИСТАМИ ТЕРРИТОРИЙ

## 1.1. Основные постулаты нацистской пропаганды накануне и в период Великой Отечественной войны

После окончания Первой мировой войны правительства всех стран-участниц пришли к убеждению, что пропаганда является оружием не менее мощным, чем танки, самолеты и корабли. Германия, потерпевшая поражение в войне и жаждавшая реванша, после прихода к власти нацистов в 1933 г. начала вести самую активную деятельность по развертыванию агитационно-пропагандистской работы внутри страны и за рубежом.

В тоталитарном государстве, где отсутствовала альтернатива официальным источникам, идеологическая обработка населения упрощалась. Сам доступ к информации, методы подачи материалов, тематика и стиль публикаций определяли представление человека об обществе, в котором он живет [Свечникова 2006, с. 10]. О степени возможной эффективности целенаправленного «промывания мозгов» Адольф Гитлер писал в своей книге «Майн Кампф»: «При помощи умелого и длительного применения пропаганды можно представить народу даже небо адом, и, наоборот, самую убогую жизнь представить как рай» [Цит. по: Доронина 2000, с. 45].

Серьезные изменения в пропагандистской политике Германии начались с создания 13 марта 1933 г. министерства народного просвещения и пропаганды, которое возглавил Йозеф Геббельс. Об особой важности министерства говорит тот факт, что изначально планировалось сформировать в нем только 5 отделов, но в результате в разные годы их число колебалось от 9 до 16. В начале Второй мировой войны, в 1940 г., в министерстве было 15 отделов, контролирующих всю социальную и культурную жизнь Германии и захваченных территорий: пропаганды, немецкой прессы,

иностранной прессы, иностранный, туризма, радио, кино, литературы, театральный, изобразительного искусства, музыки, отдел особых задач в области культуры, бюджетный, отдел кадров, юридический [Беспалова, Корнилов, Короченский 2003, с. 207].

Следующим этапом на пути к централизации пропагандистской системы на местах стало создание 13 земельных управлений, осуществляющих контроль над прессой и учреждениями культуры во всех регионах Германии. Кроме того, закон, вышедший 22 сентября 1933 г., регламентировал создание рейхспалат (ведомств) по делам прессы, радио, кино, литературы, театра, музыки, изобразительного искусства.

Еще одним важным шагом стало подчинение всей прессы Германии фашистам. Гитлер в «Майн Кампф» объяснял важность тотального контроля над печатью: «Влияние газет самое сильное и глубокое, потому что они говорят с читателем изо дня в день» [Цит. по: Доронина 2000, с. 47]. За короткий срок министерство сосредоточило в своих руках всю систему получения и распространения информации [Вороненкова 2011, с. 223]. Так, 18 марта 1933 г. Геббельс обнародовал свой взгляд на задачи прессы, подчеркнув, что она «должна не только информировать, но и инструктировать. Пресса будет так великолепно организована, что станет в руках правительства роялем, на котором оно сможет играть, чтобы стать чрезвычайно важным инструментом влияния на массовое сознание» [Цит. по: Малышев 2001, с. 150].

4 октября 1933 г. в Германии был принят «Закон о редакторах», который лишил руководителей редакционных коллективов права самостоятельно принимать решения. Журналистика отныне объявлялась профессией государственного значения, поэтому любой человек, пожелавший заниматься журналистским трудом, обязан был иметь арийское происхождение и зарегистрироваться в палате по прессе. Продолжили преобразования три распоряжения министерства, получившие название «Об уравнивании газет» и вышедшие 24 апреля 1934 г. [Вороненкова 2011,

с. 227]. Первое касалось закрытия газетных издательств с целью устранения конкуренции, что расчищало дорогу для партийной прессы. Второе предусматривало запрет газетных объявлений, что способствовало дальнейшей концентрации печати в руках государства. Третье предусматривало увольнение тех журналистов, которые не смогли доказать свою лояльность правящей партии.

В результате всех преобразований многие журналисты еврейской национальности и коммунистических убеждений были уволены из редакций, а 1,5 тысячи издателей уже в 1933 г. лишились права заниматься своей прежней деятельностью [Комков 1983, с. 55]. Одновременно с этим массово закрывались газеты: из существовавших в 1932 г. 4700 газет к 1939 г. осталось 3500, а к 1944 – 977 [Там же, с. 57]. Таким образом, уже в первый год пребывания нацистов у власти в Германии печать стала унифицироваться по своему содержанию, принципам организации и редакционной политике.

В то время как традиционные газеты закрывались, количество изданий национал-социалистической немецкой рабочей партии (НСДАП) увеличивалось из года в год. Если в 1932 г. у нацистов насчитывалось 70 печатных изданий, то в 1935 г. партии принадлежало 140 газет, а в 1944 г. их было уже 352 [Беспалова, Корнилов, Короченский 2003, с. 210] (в это число не включались газеты, которые частично принадлежали НСДАП). Как отмечает в своей монографии Г.Ф. Вороненкова, партийные газеты были, как правило, неконкурентноспособными из-за некачественного оформления и слабого содержания [Вороненкова 2011, с. 230].

Создав лояльную правительству систему прессы, Геббельс подошел к формированию целостной системы нацистской пропаганды [Пруцков 2011, с. 20-21]. Совместно с Институтом газетоведения при Берлинском университете министр разработал основные законы пропаганды:

- умственное упрощение (примитивная схема подачи информации);
- ограничение материала (выдавать минимум информации);

- повторение, субъективность;
- эмоциональное нагнетание (поддержание постоянного интереса).

Изучив материалы немцев, специалисты пришли к выводу, что большое влияние на идеологию нацистов оказала теория толпы Густава Лебона, созданная им в конце XIX века [Свечникова 2006, с. 35]. Лебон считал, что большую часть общества составляет толпа, лишенная каких-либо идеалов, ценностей и достоинств, которой можно и нужно управлять. В этой связи национал-социалисты полагали, что новость – это «управляемое и организующее сообщение», задача которого «формировать волю масс». Для решения данного вопроса была унифицирована система поставки информации в редакции: практически единственным источником актуальных новостей стали бюллетени Немецкого информационного бюро и службы «Nationalsozialistische Korrespondenz» [Галкин 1989, с. 346]. Лишь некоторым проверенным редакциям позволялось публиковать материалы собственных корреспондентов за рубежом, и каждая такая публикация требовала разрешения. Главной особенностью немецкой политики в области СМИ стала предварительная цензура: под контролем Немецкого отдела прессы находились более 2 300 ежедневных газет Германии [Беспалова, Корнилов, Короченский 2003, с. 60].

Главной формой управления прессой служили инструктажи для издателей, ежедневно проводимые Министерством пропаганды. В отличие от практики Веймарской республики это были совещания не для получения журналистами информации, а собрания, где Геббельс налагал запреты, раздавал похвалы и порицания и требовал послушания [Уракчеева 2009]. Из штаб-квартиры главы Управления печати в редакции распространялась телефонограмма – «Ежедневное слово главы Управления печати Рейха» [Там же]. В 1940 г. была введена система «лозунгов дня» – кратко сформулированных письменных указаний о характере подачи материалов на текущий день [Галкин 1989, с. 347].

Одновременно с печатью нацистская партия подчинила себе и радиовещание, которое в Германии стало одним из важнейших каналов пропаганды. Под девизом «Слово фюрера – в каждое учреждение, в каждый дом» немцы начали массовое распространение радиоприемников: к началу Второй мировой войны у 70% немецких семей были свои радиоприемники [Панарин 2007, с. 206]. В 1939 г. нацисты вещали на 15 радиостанциях, передачи которых слушали 11 миллионов жителей Германии.

Сформировав национальную систему пропаганды, в 1935 г. гитлеровцы приступили к идеологическому обеспечению предстоящей войны. Формально общее руководство пропагандой, в том числе и на оккупированных территориях, осуществляло министерство народного просвещения и пропаганды. В частности, оккупационной прессой должно было заниматься специально созданное в министерстве управление «Пресса» [Грибков 2008, с. 16-20]. Непосредственно изданием газет и журналов, а также подготовкой коллаборационистов занималась отдельная служба министерства народного просвещения и пропаганды – «Винета», ориентированная на восточные оккупированные территории [Окороков 2007, с. 24].

В 1939-1945 гг. нацистские пропагандистские структуры по форме организации стали военными. В апреле 1939 г. при штабе Верховного главнокомандующего был сформирован отдел пропаганды, который осуществлял общее руководство пропагандистскими частями вермахта: подбирал сотрудников, выработывал инструкции и указания для пропагандистов. Отделу пропаганды подчинялись специальные воинские подразделения – роты пропаганды. Первые пять рот пропаганды были переданы командованию армейских корпусов в Дрездене, Бреслау, Нюрнберге, Вене. В июне 1941 г., к моменту нападения на СССР, в немецких войсках, подготовленных к войне на советско-германском фронте, было 17 рот пропаганды с общей численностью 15 тысяч человек. В штатный состав обычной роты пропаганды входило 115 человек [Ломовцев 2002, с.45], но в



зависимости от выполняемых задач их количество могло увеличиваться или уменьшаться.

В ротах пропаганды были военные журналисты, ведущие фото-видеосъемку, персонал по обслуживанию пропагандистских радиоавтомобилей и киноустановок, специалисты по созданию и распространению антисоветской литературы, плакатов, листовок. Для службы в данных ротах отбирались лица, которые одинаково хорошо владели как журналистскими навыками, так и различными военными профессиями. Последнее обстоятельство имело важное значение: так как экипаж боевой машины не мог взять на борт лишнего человека, журналист из роты пропаганды должен был заменить кого-то из личного состава [Окороков 2007, с. 36].

Осуществлять пропаганду на оккупированных территориях были призваны и специальные батальоны пропаганды, принадлежащие группам армий «Север», «Центр», «Юг», которые вели боевые действия на советско-германском фронте. Так, на Дону свою деятельность вел батальон пропаганды «D». Кроме того, на захваченных территориях создавались отделы пропаганды при имперских и генеральных комиссариатах Германии [Жирков, 2016, с.361].

По плану Гитлера вся оккупированная территория СССР со временем должна была быть разделена на пять самостоятельных административных единиц – рейхскомиссариаты «Московия», «Украина», «Остланд», «Туркестан», «Кавказ». На деле фашистам удалось создать только два – «Украина» (куда вошли Украина, Ростовская, Воронежская, Сталинградская области) и «Остланд» (Прибалтика и Беларусь). Военная администрация передала здесь бразды правления гражданской.

В центральном управлении рейхскомиссариата «Украина» функции контроля над пропагандой возлагались на Политическое управление аппарата рейхскомиссариата, в распоряжении которого имелись специальные отделы пропаганды, подчинявшиеся напрямую министерству

оккупированных восточных территорий. В систему пропаганды также были включены низовые звенья оккупационной администрации – старосты, бургомистры и другие чины.

За содержательную сторону пропаганды отвечало ведомство Геббельса. В июне 1941 г. им совместно с начальником штаба верховного главнокомандования вооруженных сил по вопросам пропаганды была выпущена Директива штаба верховного главнокомандования вооруженных сил по вопросам пропаганды в период нападения на Советский Союз, отпечатанная всего в 100 экземплярах и только для командования. Несмотря на то, что документ был подготовлен в самом начале войны против СССР, с течением времени его концепция практически не корректировалась. Остановимся подробно на его положениях.

Директива штаба верховного главнокомандования вооруженных сил по вопросам пропаганды в период нападения на Советский Союз [Цит. по: Дашичев 1973, с. 172] охватывала два аспекта: систему пропаганды на оккупированной территории СССР и ее содержание. По мнению нацистов, воздействие всех средств активной пропаганды должно было стать более эффективным, чем в годы Первой мировой войны, поэтому планировалось широкое применение печатной и радиопропаганды. Ставилась задача захватить разветвленную сеть радиовещания СССР, чтобы использовать ее для своих целей. В связи с этим во время боевых действий запрещалась порча радиооборудования, а громкоговорители необходимо было использовать для воздействия на армию противника и население оккупированных территорий. Однако с началом войны радиоприемники у советского населения были изъяты, поэтому использовать радиопропаганду в полной мере не удалось [Кожемякин 2008, с. 37].

Система печатных средств пропаганды включала в себя газеты, брошюры, листовки и афиши. Задача печати – воздействовать на как можно большее количество жителей советских территорий. Первыми в

«пропагандистский бой» вступали листовки, которые еще до начала боевых действий против СССР немцы напечатали впрок.

Так как полиграфические фабрики были в основном эвакуированы или уничтожены красноармейцами при отступлении, в большинстве случаев типографское оборудование было завезено из Германии. В довольно короткие сроки немцам удалось восстановить типографии во всех крупных городах и во многих районных центрах. Как только на оккупированной территории создавалась администрация и восстанавливалась типография, сразу же появлялись коллаборационистские газеты и афиши, размещавшиеся в городе на видном месте.

В указанной Директиве 1941 г. отмечалось, что желательно продолжить выпуск нескольких местных газет под немецкой цензурой. В первую очередь это относилось к территориям Украины и Прибалтики. Цензуре надлежало следить, чтобы информация ни в какой мере не наносила ущерба интересам Германии. «Пресса должна видеть свое призвание в том, чтобы оказывать на население успокаивающее действие, удерживать от актов саботажа» [Цит. по: Кожемякин 2008, с. 174].

Содержательную сторону пропаганды описывали всего пять пунктов Директивы [Там же, с. 175]:

- противниками Германии являются не народы СССР, а исключительно еврейско-большевистское советское правительство;
- германские войска пришли в страну не как враги, а, напротив, стремятся избавить людей от советской тирании;
- нацистская армия будет вынуждена преследовать всех, кто оказывает помощь Советам;
- пропаганда должна способствовать распаду СССР на отдельные государства, но на первых порах это не стоит афишировать. Для пропаганды надо использовать язык, на котором говорит большинство местного населения. Следует избегать слов «Россия», «Советский Союз», «Красная армия», «русский»;

– необходимо внушить жителям, что каждый должен оставаться на своем месте и работать. Следует пояснить, что по экономическим причинам невозможно сразу уничтожить колхозы, что изменение форм организации экономики нанесет только вред. Следует публиковать сообщения о жестокости, чинимой Красной армией.

Кроме основной официальной Директивы идеологические работники пользовались рекомендациями министра Геббельса по поводу содержания пропаганды. Так, исследователь А.В. Малышев в своей работе приводит отрывок из инструкции министра, выпущенной в мае 1941 года.

Критерии и размеры допустимой для населения оккупированной территории информации [Цит. по: Малышев 2007, с. 133]:

– «сообщать только о тех внутренних и международных событиях, которые выгодны режиму, невыгодная информация может разоблачить режим;

– если все-таки приходится сообщать о неблагоприятных для режима событиях, то они представляются в превратном свете;

– использовать самые незначительные факты для дискредитации врага;

– исключить влияние чужой пропаганды;

– главное – овладение волей противника».

Все эти принципы в полной мере были использованы в самом начале войны с СССР. Всю первую неделю шла скупая информация о положении на восточном фронте, а затем 30 июня 1941 г. было дано сообщение о взятии ряда советских городов, о поражениях Красной армии. Это был точно рассчитанный информационный удар.

Пропагандистская деятельность корректировалась в соответствии с положением на фронтах. Проанализировав многочисленные материалы, мы смогли выделить несколько этапов, во время которых цели и методы идеологической обработки населения существенно трансформировались.

Первый этап охватывает начальный период Второй мировой войны до поражения германской армии под Москвой (с сентября 1939 г. по декабрь

1941 г.). На этом этапе немецкая пропаганда основывалась на информации о победах на фронтах и видела свою задачу во внедрении в массовое сознание идеи о необходимости и справедливости этой войны со стороны Германии, в доказательстве ее превентивного характера. На оккупированной территории она сводилась к тому, чтобы сломить у населения волю к сопротивлению.

21 августа 1941 г. вышла дополнительная инструкция о ведении пропаганды против Советского Союза. В ней говорилось: «Использовать в пропаганде только негативные образы недостаточно. Помимо угроз, запретов и предупреждений должно подчеркиваться, что немецкий солдат пришел не для того, чтобы уничтожить социализм, но чтобы освободить русский народ от большевистского рабства и обеспечить социальную справедливость» [Цит. по: Малышев 2007, с. 134]. Следствием этой инструкции стало появление огромного количества пропагандистских материалов, превозносивших достижения и преимущества национал-социалистической Германии над СССР. Например, давались подробные описания того, какие товары можно купить в немецких магазинах, как устроены немецкие школы и т.п.

В пропагандистских целях по приказу Гитлера из лагерей для советских военнопленных было выпущено около 800 тысяч человек, главным образом выходцев с Западной Украины, из Западной Белоруссии и Прибалтики. Особое отношение к данному контингенту объясняется тем, что указанные территории были присоединены к СССР перед самой войной. Многие местные жители восприняли присоединение негативно, соответственно относились и к новой большевистской власти. На этих чувствах хотели сыграть нацисты. Помимо этого данный факт должен был подчеркнуть, что Германия соблюдает Женевскую конвенцию о военнопленных, несмотря на то, что СССР ее не ратифицировал, а значит, действие конвенции не распространялось на советских военнопленных. По замыслам германского руководства выпущенные на свободу военнопленные должны были стать проводниками «миролюбивой» политики Третьего рейха.

Второй этап, начавшийся с января 1942 г. и продолжавшийся до лета 1944 г., стал наиболее разнообразным с точки зрения пропагандистской тактики. В январе 1943 г. Розенберг подготовил для Гитлера проект так называемой Восточной декларации, содержание которой можно свести к следующим тезисам: 1) создание национальных представительств отдельных народов; 2) формирование народных армий в качестве союзников Германии в войне против СССР; 3) отмена всей большевистской экономической системы и переход к восстановлению частной собственности [Цит. по: Дашичев 1973, с. 106-107]. Помочь нацистам в достижении этих целей была призвана пресса.

В инструкции Министерства пропаганды, подписанной Геббельсом 15 февраля 1943 г., отмечалась необходимость избегать в пропагандистских текстах, рассчитанных на население Советского Союза, всех дискриминирующих его высказываний, ни при каких обстоятельствах не упоминать о колонизаторских планах Германии и при этом делать акцент на вопросе самоопределения малых народностей.

Выполняя данные рекомендации, служба пропаганды вермахта провела акцию, ключевой фигурой которой стал генерал-лейтенант А. А. Власов, взятый в плен в июле 1942 г. Андрей Власов должен был сплотить вокруг себя русских для создания Русской освободительной армии (РОА). По примеру РОА организовывались и другие национальные армии, о чем активно писала коллаборационистская пресса. На страницах белорусской, украинской, татарской, эстонской печати появлялись многочисленные материалы о величии и самобытности отдельных народов и об их порабощении большевиками.

Третий этап был ознаменован началом освобождения Европы союзными армиями летом 1944 г. и продолжался до разгрома фашистской Германии весной 1945 г. На этом этапе немецкая пропаганда ставила своей целью запугивание советского народа, внушая ему страх и ужас уничтожения. В частности, в газетных материалах появляется информация о

существовании у Германии какого-то чудодейственного оружия. Эту веру поддерживал реальный ввод в эксплуатацию новой техники – реактивных самолетов и управляемого ракетного оружия, но пресса нацистов умалчивала, что Германия не в состоянии наладить массовое фабричное производство указанной техники.

Обычно старавшаяся избегать прямой лжи, нацистская пропаганда в конечной фазе войны давала не только искаженные сведения о положении на фронтах, но и делала это с большим промедлением. На пресс-конференции весной 1945 г. Геббельс говорил, что пропаганда должна приложить максимум усилий, чтобы пережить всего лишь несколько ближайших трудных недель, пока новое оружие существенно не изменит обстановку [Малышев 2007, с. 140]. Со страниц периодики исчезла вся информация о сражениях, не было никаких упоминаний о потерях с обеих сторон. В этот момент активизировалась партизанская печать, которая распространяла информацию о победах советского оружия: партизаны сбрасывали с самолетов листовки, рассказывающие о приближающейся победе над врагом. В качестве контрпропаганды коллаборационисты целые полосы отдавали под статьи устрашающего характера: местным жителям напоминали о наказании за связь с подпольем, разъясняли, что партизаны – это преступники. Конкретная информация почти полностью покинула коллаборационистские издания: большую часть газетной площади стали занимать материалы абстрактно-теоретического характера – о «возможных противниках», о взаимоотношении немецкой и русской наций, о любви к родине и т.д.

Характеризуя принципы и методы нацистской пропаганды на оккупированных территориях, нельзя не затронуть вопрос о степени ее эффективности. При отсутствии достоверных данных зарубежные и российские специалисты вынуждены опираться на косвенные доказательства и поэтому осторожно высказываются на этот счет. Так, немецкие исследователи (С. Хафлнер, Р.С. Вистрих, К. Вондунг, А. Гогун) пришли к выводу о неудаче пропаганды за рубежом, причина которой в том, что

нацистские приемы не действовали на население в других странах, в отличие от Германии. В подтверждение последнего тезиса А. Гогун приводит результаты опроса, который проводили американцы среди военнопленных гитлеровцев в августе 1944 года: более половины из них продолжало верить в безоговорочную победу Германии [Гогун 2004, с. 47]. Ученые объясняют это тем, что национал-социалисты сразу после прихода к власти монополизировали право на получение и распространение информации и выдавали ее немецкому народу в тех дозах, в каких считали нужным, а на оккупированных территориях немецкая пропаганда столкнулась с реалиями – жестокостью захватчиков, расходившейся с их образом, созданным коллаборационистскими изданиями.

М. Кожемякин в качестве критерия эффективности нацистской пропаганды приводит число военнослужащих Красной армии, перешедших на сторону врага: 1942 г. – 79 779 человек, 1943 г. – 26 108 человек, 1944 г. – 9 207 человек [Кожемякин 2008, с. 38]. Однако данное утверждение идет вразрез с точкой зрения Г.А. Болсун. Она отмечает, что зимой 1941 г. в сообщениях отдела пропаганды «Остланд» неоднократно встречаются заявления немцев о том, что действенность немецкой пропаганды среди населения оккупированных областей значительно ниже советской [Болсун 1999, с. 45].

Самым обоснованным, на наш взгляд, является мнение П. Лонгериха, который считал, что «пропаганда – это ключевое понятие в истории нацизма, но дать оценку ее эффективности в целом невозможно. Несмотря на большое количество воспоминаний, все равно остаются сомнения в их надежности, и все выводы будут условными» [Лонгерих 1993, с. 295]. Одновременно он отмечал, что в одних областях жизни пропаганда была успешной, а в других – нет.

Нацистская пропагандистская машина использовала огромный разветвленный аппарат и передовые технические средства в качестве оружия в борьбе с СССР. Четко продуманная и сформированная еще до войны, она



практически не менялась с течением времени. Централизация всей системы делала ее неповоротливой, а унификация и дозированность информации привела к тому, что пропаганда не смогла выполнять свою основную задачу – превратить местных жителей в союзников оккупационных властей.

## **1.2. Коллаборационистская пресса: объем понятия и типология**

В годы Великой Отечественной войны максимальный размер территории СССР, которая находилась под властью немцев, составил 1795 тыс. кв. км. На этих землях проживало 41,9% населения страны [Семиряга 2000, с. 203]. Удержать под своим контролем такое обширное пространство исключительно силой армии невозможно, поэтому немецкая администрация предпринимала огромные усилия, чтобы получить поддержку некоторой части населения захваченных регионов. Количество советских людей, так или иначе сотрудничавших с фашистами в годы Великой Отечественной войны, доходило до 1,5 (по другим данным – 1,2) миллионов человек [Малышев 2007, с. 132]. Одной из причин перехода советских граждан на сторону врага историки (Б.Н. Ковалев, М.Н. Семиряга) считают социальную политику большевиков (раскулачивание, репрессии), которая привела к тому, что появились достаточно большие группы людей, негативно настроенных по отношению к советской власти и воспринимающих нацистов как своих освободителей [Ковалев 2004, с. 74; Семиряга 2000, с.110].

Сотрудничество с врагом в его интересах и во вред своему государству называют коллаборационизмом. Историки и юристы акцентируют внимание на том, что речь идет о сотрудничестве исключительно осознанном и добровольном и обязательно наносящем вред своему государству. К коллаборационизму не относятся вынужденные и неизбежные в условиях оккупации контакты между захватчиками и местным населением.

Специальная литература предлагает различные варианты классификации коллаборационизма. Среди ученых-историков сложилась практика определять его формы по сферам взаимодействия. Самый обширный перечень форм сотрудничества с врагом предложил Б.Н. Ковалев, включив в него коллаборационизм военный, экономический, административный, идеологический, интеллектуальный, духовный, национальный, детский и половой [Ковалев 2004, с. 62]. Как подчеркивает исследователь, в большинстве случаев эти формы сочетались. Коллаборационизм в области журналистики также носил комплексный характер, охватывая как минимум административную, идеологическую, интеллектуальную и духовную сферы.

Сотрудничавшие с нацистами советские граждане включались в систему пропаганды на оккупированных территориях, где обязательно создавался коллаборационистский печатный орган, который разрабатывался, издавался и распространялся в интересах оккупантов и выполнял пропагандистско-идеологические функции. Коллаборационистская периодика выпускалась на всей оккупированной немцами территории СССР в годы Великой Отечественной войны. О масштабах явления можно судить по следующей цифре: на захваченных территориях СССР выходило более 700 изданий. Эти подсчеты сделаны нами на основе работы в архивах области и изучения списков периодических изданий, составленных другими исследователями.

В начале 2000-х гг. подобная периодика стала предметом исследования ряда историков и журналистов России, стран СНГ, США, Великобритании, Германии. Особый интерес для нас представляют работы ученых, посвященные определению объема понятия и систематизации прессы, поддерживающей фашистов. Так, исследователь из Смоленска А.А. Костюченков в своей работе «Периодическая печать на оккупированной территории» разделил периодику различных оккупационных властей на пять групп [Костюченков 2010, с. 47]:

1. Издания, выпускаемые различными министерствами и ведомствами, а также органами немецкой оккупационной администрации разного уровня.

2. Издания органов местного самоуправления. Прежде всего они были ориентированы на проблемы соответствующего региона.

3. Отдельные издания для добровольческих формирований вермахта и местной полиции. При подготовке контента здесь учитывался национальный признак.

4. Издания территорий, отходивших к Румынии и Финляндии. В своем статусе они подчеркивали принадлежность к средствам массовой информации данных стран.

5. Издания, выходившие под эгидой Православной церкви.

Признавая обоснованность выделения указанных отрядов прессы, мы не можем не отметить, что понятие «пресса оккупированных территорий» имеет более широкие рамки, чем обозначенные Костюченковым. На наш взгляд, оно должно распространяться на все выпускавшиеся газеты и журналы с их четкой дифференциацией. В классификации нет, в частности, партизанской периодики, которая издавалась и активно распространялась в захваченных регионах подпольщиками. Помимо этого в классификацию включена, но не разделена коллаборационистская пресса (выпускавшаяся гражданами СССР, перешедшими на сторону врага) и пресса оккупантов (собственно немецкие издания, распространявшиеся в захваченных районах).

Исследователь М.И. Тяглый относит к «оккупационной прессе» «издания собственно нацистские и коллаборантские<sup>1</sup>», также их не разграничивая, поскольку «разницу между ними можно увидеть лишь в приспособлении пропагандистской модели» [Тяглый]. Свою позицию ученый объяснил тем, что в газетах было много перепечаток, а журналисты проходили обучение в пропагандистских школах, организованных немцами.

---

<sup>1</sup> Коллаборантский происходит от англ. слова «collaborant». В английском языке у него есть синоним «collaborationist». Отсюда путем калькирования российские ученые получили «коллаборант» – «коллаборационист» и «коллаборантский» – «коллаборационистский» // WordNet Princeton University (дата просмотра 16.12.2014)

Однако, по словам Тягло, подобная ситуация была характерна для отдельного региона – Крыма: «Если попытаться поместить средства массовой информации, издававшиеся в оккупированном Крыму, в ряд аналогичных им изданий со всей оккупированной немцами территории СССР, то можно заметить следующую тенденцию: чем дальше с запада на восток, тем менее заметна роль местных коллаборационистов и тем более заметна роль немецких органов пропаганды» [Там же]. Соответственно, в других регионах коллаборационистские издания являлись «продуктами активной самостоятельной идейно-националистической деятельности» [Там же].

С этой позицией соглашается большинство экспертов (И.В. Грибков, О.В. Романько, В.Е. Аникеев, Ф. Кохен), которые из всего массива оккупационной периодики отдельно выделяют коллаборационистскую прессу. В числе первых российских исследователей журналистики, представивших в качестве объекта изучения данную периодику, был ростовский ученый Н.И. Бусленко, который точно сформулировал главную особенность всей коллаборационистской печати, существовавшей на территории СССР: «Она создавалась пособниками гитлеровцев совместно с фашистами и выполняла преимущественно пропагандистские задачи по отношению к оккупированному населению» [Бусленко 2005, с. 158].

Масштабность явления, особенности передаваемой информации, характер самой коммуникации позволяют говорить о коллаборационистской прессе как о специфическом типе издания. Отметим, что под типом понимается обобщенная идеализированная модель издания, представляющая собой совокупность наиболее существенных признаков, определяющих типовые содержательные особенности и внешние качества издания [Мильчин 2006, с. 56]. Существенные характеристики изданий (аудитория, учредитель, цель и задачи) складываются в типоформирующие признаки коллаборационистской периодики.

На первый план мы выдвигаем следующий признак – издатель, поскольку особенностью коллаборационистских изданий было то, что их создателями были исключительно коллаборационисты. Учредитель СМИ – важнейшее основание для типологии, так как именно он определяет цели издания, редакционную политику. Несколько исследователей именно этот признак считают главным при анализе периодики. Исследователи О.Ю. Сучкова и В.И. Солдатова обращают внимание на то, что коллаборационистская пресса была легальной, т.е. признанной законом [Сучкова 2003, с. 320]. Практически все ученые отмечают, что существование прессы регламентировалось администрацией местности, но не только она была учредителем СМИ.

На наш взгляд, самого пристального рассмотрения заслуживает классификация, предложенная О.В. Романько [Романько], и именно ее можно взять за основу дифференциации по признаку «издатель». При написании монографии автором был исследован большой объем материалов периодики, что позволило ему разделить коллаборационистскую печать на издания местного самоуправления, а также всевозможных коллаборационистских организаций (пресса общей направленности) и периодику коллаборационистских формирований (специализированную).

Нельзя не согласиться с тем, что самыми распространенными были издания органов самоуправления и воинских формирований и именно они охватывали наибольшую аудиторию. Вместе с тем проведенное нами исследование показывает, что учредителями коллаборационистской прессы выступали не только указанные структуры, но и дирекции промышленных предприятий, а также ректораты вузов. Так, мариупольская газета «Эхо Приазовья» являлась органом Азовских заводов № 1 и 2 – крупнейших предприятий региона. В Одессе при участии ректората выходил «Вестник Одесского университета». Собственная газета появилась и в открытом в сентябре 1942 г. Ставропольском сельскохозяйственном институте, ее редактировал профессор С.А. Аромян [Грибков 2008, с. 17]. Таким образом,

мы можем утверждать, что круг учредителей коллаборационистской периодики был значительно шире, чем принято считать в исследовательских кругах.

В качестве отдельной группы следует выделить издания со смешанной формой учредительства, когда газета или журнал выходили под эгидой и местной коллаборационистской структуры, и отдела пропаганды немецких воинских соединений. Примером может служить газета «Мелитопольский край», которую выпускало одноименное издательство и немецкий отдел пропаганды «К» группы Таврия.

Дискуссионным вопросом остается участие Православной церкви в нацистской пропаганде. По данным православного исследователя Н. Крячко, к началу войны в СССР насчитывалось 7,5 миллионов человек, открыто исповедующих православие [Крячко 2010, с. 11]. Завоевать доверие такой большой аудитории стремились и нацисты, и большевики: обе стороны конфликта «переманивали» на свою сторону священнослужителей. Так, под эгидой немцев была создана Псковская православная миссия – миссионерское учреждение, ставившее задачу возрождения православной церковной жизни на оккупированных Вермахтом территориях СССР.

Церковь также выпускала свою прессу. Однако вопрос отнесения ее к коллаборационистской периодике не решается однозначно. В частности, О.В. Романько приравнивает ее к прессе коллаборационистских организаций, исходя из того, что эта периодика выпускалась с разрешения немцев [Романько]. Другую позицию занимает исследователь И.В. Грибков. Он не отрицает, что православные издания выходили под покровительством нацистов, но подчеркивает, что их деятельность носила просветительский, а не пропагандистский характер [Грибков 2007, с.12].

Грибков пишет, что всего на временно оккупированных территориях выходило порядка 17 газет, которые выпускали православные миссии и приходы [Там же]. Центральным изданием являлась газета Псковской

православной миссии «Православный христианин»<sup>2</sup>. Всего вышло в свет 14 номеров газеты с тиражом 20 000 экземпляров каждый [Там же]. Проведенный нами анализ издания показал, что, хотя в каждом номере размещался текст с антибольшевистскими высказываниями, прямой пропаганды идей нацизма или сотрудничества с немцами в нем не было, материалы выполняли в основном религиозно-просветительские функции. Нельзя не отметить, что даже в условиях войны значительное внимание церковная пресса уделяла детям, приобщая их к православию.

Однако не всем религиозным конфессиям и организациям удавалось сохранить нейтралитет. Так, мусульманский комитет Крыма выпускал газету «Азатъ Крым», которая открыто поддерживала фашистскую Германию. Таким образом, мы считаем неправомерной характеристику всей клерикальной периодики как коллаборационистской на основании того, что она выходила с согласия нацистов. При определении направления каждого отдельного издания необходимо учитывать его цели и задачи, специфические функции и в первую очередь наличие пропаганды фашистской идеологии.

Функциональное предназначение всех коллаборационистских изданий четко охарактеризовал глава политуправления рейхскомиссариата «Украина»: «Газеты – исключительное средство воздействия на население. Они не служат народным или культурным потребностям населения. Каждая строка должна помогать в осуществлении великой миссии фюрера в создании новой Европы» [Цит. по: Грибков 2007, с. 12]. Таким образом, из широкого спектра социальных и коммуникативных функций, присущих журналистике, для коллаборационистской прессы была выделена основная – пропагандистская. Исследователь В.Е. Аникеев, описывая деятельность коллаборационистских изданий во Франции времен вишистского правительства, подчеркнул, что «газеты строго следовали политике коллаборационизма и способствовали укреплению собственного,

---

<sup>2</sup> Псковская православная миссия – миссионерское учреждение, ставившее задачу возрождения православной церковной жизни на северо-западе оккупированной Вермахтом территории СССР.

французского фашизма» [Аникеев 1990, с. 182]. В результате проведенного исследования мы пришли к выводу, что пропагандистская доминанта присутствовала всегда, вне зависимости от национальных особенностей аудитории или социально-политических особенностей стран, в которых она издавалась. При этом информационная функция отошла на второй план и получила прагматическое значение. На страницах коллаборационистской периодики публиковались распоряжения, постановления и объявления, касающиеся повседневной жизни оккупированного города: об открытии школы, о ценах на рынке, о расписании работы поликлиники и т.д.

В соответствии с этим можно утверждать, что основными целями деятельности коллаборационистских изданий на оккупированных территориях являлись:

- привлечение местного населения к сотрудничеству с оккупационными властями;
- пропаганда «нового порядка» в экономической, политической и военной сферах;
- распространение среди советского населения идей антикоммунизма и антисемитизма.

Данные цели реализовывались в аудиторной и, соответственно, проблемно-тематической направленности газет и журналов. По этим признакам можно разделить коллаборационистскую периодику на следующие группы:

- 1) прессу общей направленности
  - общественно-политические;
- 2) специализированную прессу
  - военные;
  - крестьянские;
  - сатирические;
  - религиозные;
  - национальные;



- студенческие;
- детские.

Большинство коллаборационистских газет носило общественно-политический характер и было рассчитано на массового читателя. Связано это с тем, что в оккупационную зону в годы Великой Отечественной войны попали жители 50 областей СССР, поэтому немцам необходимо было охватить пропагандой максимально широкую аудиторию. Общественно-политические издания претендовали на универсальность и стремились освещать самую разнообразную тематику – экономическую, социальную, культурную, показывать разные стороны повседневной жизни захваченных территорий, которые именовались «освобожденными». Об этом свидетельствуют названия рубрик: «Здравоохранение», «Сельское хозяйство», «Народное образование», «Городское хозяйство», «На городские темы» и др. Убедить читателей в преимуществах жизни при оккупантах должны были не только теоретико-идеологические материалы, но и публикации о ремонте дорог, о восстановлении предприятий и оживлении кустарной промышленности, о работе церквей, кинотеатров и школ, об образовании местных органов самоуправления, о снабжении посевным материалом оккупированных областей СССР и т.д.

То, что информационным обеспечением коллаборационистских газет занимались немецкие идеологические органы, приводило к унификации содержания газет. В редакции поступали специально подготовленные информационные бюллетени немецкого телеграфного агентства, министерства пропаганды и образования и других пропагандистских учреждений Германии на русском и немецком языках. Кроме германского информационного агентства и информационных агентств союзников Германии на страницах коллаборационистских газет помещались сообщения информационных агентств Великобритании, СССР и США. Кажущееся разнообразие источников информации должно было создать видимость объективности освещения событий, но коллаборационисты отбирали только

те сообщения зарубежных информагентств, которые демонстрировали военную мощь Германии. Исследователь М.И. Тяглый пишет, что на оккупированной территории Крыма распространялись сборники готовых материалов, предназначенные для публикации в газетах [Тяглый]. Местный материал собирался редакциями газет через сеть специальных, собственных и военных корреспондентов, которую удалось создать многим изданиям. В ряде редакций были подготовлены инструкции для корреспондентов. Так, в редакции газеты «К победе!» существовала инструкция, дававшая журналистам рекомендации о том, как собирать информацию в боевых условиях. Предлагалось брать интервью у участников боя – коллаборационистов и обязательно вести запись беседы. Инструкция подчеркивала, что корреспондентам необходимо получать конкретный материал, а не общий. Примечательно, что, согласно этому документу, имена и фамилии пленных можно было указывать в материале только с их согласия.

Наряду с универсальными общественно-политическими газетами и журналами существовали и издания, ориентированные на конкретные группы читателей: военных, рабочих, крестьян. Большая часть специализированной периодики (на данный момент известно порядка 40 наименований) предназначалась для добровольцев национальных армий, так как наиболее активной формой взаимодействия советских граждан с врагом стал военный коллаборационизм. Основную массу лиц, которые оказались вовлечены в сотрудничество с фашистами, составили военнопленные [Остроушко 2002, с. 87].

Советским законодательством плен рассматривался как преступление. Так, 16 августа 1941 г. был выпущен Приказ Ставки Верховного Командования Красной Армии № 270 «Об ответственности военнослужащих за сдачу в плен и оставлении врагу оружия». Помимо этого, СССР не подписал Женевскую конвенцию 1929 г. «Об обращении с военнопленными». Не поддерживал отношения Советский Союз и с Красным Крестом – организацией, призванной помогать пленным. Поэтому,

по мнению О.Ю. Макарова, основной причиной военного коллаборационизма стали тяготы плена, приводившие к тому, что советские граждане переходили на сторону фашистов [Макаров 2011, с. 187].

Ряд исследователей (Б.Н. Ковалев, О.Ю. Макаров, М.И. Семиряга) подчеркивает, что наиболее тесное сотрудничество с немцами было характерно для национальных меньшинств, рассчитывавших при помощи нацистов обрести свою государственность и определить место своей нации в системе будущего немецкого мирового порядка. Историки указывают на активную деятельность коллаборационистских отрядов, сформированных из представителей мусульманских народов, украинцев, казаков и других национальностей и этносов. Значительную часть подобных отрядов составляли эмигранты. Начавшаяся в 1939 г. война расколола русскую белую эмиграцию на коллаборационистов и оборонцев. По подсчетам специалистов, общая численность бывших граждан России, ставших коллаборационистами, составила 50 000 человек [Макаров 2011, с. 187]. Для этой аудиторной группы создавалась периодика, которая была призвана укрепить у добровольцев мысль о сотрудничестве с фашистской Германией ради освобождения своей родины от «большевистского ига». Примером изданий для национальных добровольческих отрядов могут служить «Новый Туркестан» (Туркмения), «Беларус на варце» (Беларусь), «Убий!» (Украина).

Второе место по количественным показателям среди специализированной периодики занимала сатирическая пресса. Ее отличительной особенностью стала декларируемая преемственность дореволюционных традиций русской журналистики. Начало XX века – период расцвета сатирической журналистики в России [Кузнецов 2002, с. 122], поэтому ассоциация с «лучшими временами» должна была привлекать читателей. Коллаборационисты использовали старые, знакомые многим названия популярных дореволюционных изданий – «Бич», «Смех», «Украинский перец» и т.п. – и объявляли об их восстановлении. Так, ежемесячный журнал сатиры и юмора «Бич», издававшийся в Минске в

период оккупации, писал на своих страницах, что является продолжением журнала, выходившего еще в начале столетия.

Сатирические издания широко использовали доходчивую и понятную всем читателям форму карикатур, занимавших большую часть журнальной площади. Их дополняли короткие сатирические тексты, которые эксплицитным выражением главной идеи должны были усилить разоблачительный эффект. Часть публикаций отражала текущие события, другие посвящались тематике вневременного, идеологического характера.

Основной мишенью карикатур был Сталин, который, по мнению коллаборационистов, являлся главным врагом советского народа, жестоким тираном-поработителем. Например, в октябре 1943 г. в журнале «Бич» был опубликован рисунок под названием «Кровь русского народа» с изображением Сталина, купающегося в ванной, наполненной кровью (Бич, октябрь 1943, № 5). Рядом с карикатурой помещено несколько коротких текстов, призванных упрочить пропагандистскую действенность. «В СССР объявлена «свобода» религии: «огнем и мечом» прошла советская власть по церквам и религии. А теперь Сталин решил заделаться смиренным христианином. Кто, кроме патриарха Сергия, предавшего православную церковь, поверит новейшему трюку Сталина?», – так комментирует журнал новости об изменении отношения руководства страны к церкви. Идея о неизбежности победы гитлеровской Германии подана в виде текста под названием «Календарь природы СССР»: «С 1-го: таяние снегов и надежд Сталина на эффективность своего наступления» (Бич, октябрь 1943, № 5). Большая часть карикатур создавалась местными художниками, некоторые рисунки являлись перепечатками из немецких газет, о чем свидетельствовала подпись. Нельзя не отметить, что нередко сатирические журналы сами становились источниками для перепечаток в других коллаборационистских изданиях.

Так же, как это было принято в советской системе журналистики, типологическая дифференциация коллаборационистской прессы проводилась

и по административной вертикали: республиканские/областные, городские и районные/окружные газеты. В частности, статус республиканской имела самая большая газета региона «Голос Крыма», газета смоленской управы «Новый путь» выступала в качестве областной для Смоленска, Орши, Витебска. В каждом крупном оккупированном городе появлялась своя газета: в Таганроге – «Новое слово», в Ростове – «Голос Ростова», в Мариуполе – «Мариупольская газета» и т.д. Существовала и районная периодика, как, например, газета Миллеровского района Ростовской области «Возрождение». Среди подконтрольных нацистам изданий была и газета «Голос народа», выходившая в Локотском округе. Данное административное формирование существовало в 1941-1943 гг. и объединяло несколько районов Курской области. Примером объединенной – городской и сельской районной – газеты может служить издание «Полицейские ведомости города Павловска и его района».

Американский историк Филипп Кохен в своей монографии, посвященной немецкой пропаганде в Сербии, детально рассмотрел вопрос, кем же были работники редакций: «Коллаборационистские газеты создавались хорошо образованными студентами, учителями, юристами, журналистами. И хотя писатели повторяли дух нацистской идеологии, темы и авторы были полностью местными» [Cohen 2008, с. 18]. Немцы тщательно отбирали сотрудников для работы в редакциях, при этом предпочтение отдавалось местным жителям, которые в довоенное время были журналистами и хорошо знали методы советской пропаганды, а также местные реалии. Так, костяк редакций оккупационной периодики в Центральной России составили бывшие профессиональные советские журналисты, число которых колебалось от 10 до 25% от числа работающих в газете специалистов [Грибков 2008, с. 18]. Редакция «За Родину» практически вся состояла из сотрудников бывшей редакции газеты «Псковский колхозник». Например, в Ставрополе на должность редактора газеты «Русская правда» назначили писателя Бориса Ширяева, который в

Соловках редактировал лагерную газету и участвовал в издании журнала «Соловецкие острова» [Там же]. Многочисленной прессой Смоленска (газеты «Новый путь», «Плуг и меч», «Колокол», журналы «Бич», «На переломе», «Новая жизнь») руководил Константин Акимович Долгоненков – автор доноса на Александра Твардовского. Печать Бобруйска («Новый путь», «На страже Родины», «Руль», «Благовест») редактировал Михаил Степанович Голубовский, бывший сотрудник «Известий», сдавшийся в плен летом 1941 г. [Грибков 2008, с. 19].

Немало среди редакторов было и политкомиссаров разного уровня: бригадный комиссар Г.Н. Жиленков («Доброволец», «Воля народа»), батальонный комиссар М.А. Зыков («Заря»), политрук Г.А. Тихомиров («На страже Родины»). Интересен состав редакции газеты «Молва»: главный редактор – эмигрант, литературный и политический редакторы – бывшие советские журналисты, религиозный редактор – русский священник из Молдавии [Грибков 2008, с. 20].

Отдельного описания заслуживает ситуация в Прибалтике и западных областях СССР. Здесь немцы полностью опирались на местные кадры, однако достаточно сложно назвать «советскими» журналистов Российской империи, затем граждан Польши и стран Балтии, которые всего год прожили в составе СССР. Газеты «Kariis» (Вильнюс), «Tevia» (Рига), «Северное слово» (Ревель) издавались теми же людьми, что и до присоединения к Советскому Союзу. Подобную тенденцию можно отметить и в западных областях Украины и Белоруссии.

Но в целом коллаборационистские газеты испытывали постоянный кадровый голод, в чем признавалась газета «Голос Крыма»: «Журналистов по существу до бедности мало... Положение прессы при отсутствии журналистов крайне затруднительно» (Голос Крыма, 27 ноября 1943). Материалы, как правило, были анонимными, изредка стояли подписи-псевдонимы: «Читатель», «Освобожденный», «Учитель» и др. Для того, чтобы авторство невозможно было идентифицировать, использовались и

подписи-инициалы. Как правило, свои настоящие фамилии помещали под материалами только те журналисты, о сотрудничестве которых и так всем было хорошо известно, остальные же предпочитали скрываться.

Административная принадлежность органа печати напрямую влияет на зону его распространения. Однако коллаборационистские газеты и журналы часто распространялись за пределами своего региона, чтобы читатели могли узнать, как обстоят дела на соседней территории. Для этой же цели широко использовалась практика перепечаток материалов местной прессы в изданиях сопредельных областей, занятых фашистами.

Периодика выпускались на русском, белорусском, украинском, молдавском, латышском, литовском, эстонском и других языках. Из-за массового выпуска коллаборационистских газет и журналов на русском языке исследователь Л.А. Молчанов ставит знак равенства между коллаборационистской прессой и русской профашистской прессой. Ученый использует эти определения в качестве синонимов. «Все газеты, выпускавшиеся на русском языке, являлись изданиями коллаборационистов – либо русских органов самоуправления, либо рот пропаганды Русской освободительной армии, а также русских военных формирований, входивших в состав германских вооруженных сил» [Молчанов 2005, с. 35]. Украинский историк Д.И. Черняков, исследуя нацистские пропагандистские издания, также выделяет именно русскоязычные [Черняков 2003, с. 154].

Однако коллаборационизм отнюдь не был русским явлением. Пособники фашистов выпускали газеты и журналы на многих национальных языках СССР, и русский был только одним из них. Часто в одном регионе распространялись издания, выходившие на нескольких языках, и в первую очередь это касалось украинских, русских и белорусских территорий. Например, в Мариуполе появились «Мариупольская газета» на украинском языке и «Эхо Приазовья» на русском. В сферу пристального внимания немецкой пропаганды входили и национальные меньшинства: в частности, в

Крым» выпускалась газета для крымских татар на их родном языке – «Азатъ Крым».

Проанализировав работы ведущих специалистов (в частности диссертационное исследование И.В. Грибова [Грибов 2016, с.66] и монографию С.В. Жумарь [Жумарь 1996, с.8]) в области коллаборационизма и изучив архивные документы, мы приходим к выводу, что на захваченных территориях СССР выходило от 300 до 400 изданий. Только на территории Украины в 1942 г. , по данным Н.И. Кондаковой, выходило 189 газет [Кондакова 1982, с. 80]. Собранные из различных источников данные о количестве коллаборационистской периодики в отдельных областях республик подтверждают выявленную тенденцию: так, на территории Киевского округа Украины издавалось 27 газет, в Юзовской (Донецкой) области – 19, в Харьковской – 14. Для сравнения: в Ростовской области был налажен выпуск 10 коллаборационистских изданий, в Смоленской – 7, в Курской – 6. Большое количество подобных газет и журналов выходило в республиках Прибалтики, например, только в Латвии – 26. Столько же (26) коллаборационистских изданий насчитывалось в значительно более крупной Белорусской республике.

В Директиве начальника штаба верховного главнокомандования вермахта Йодля от 29 октября 1940 г. указывалось, что желательно продолжить выпуск местных газет под немецкой цензурой [Цит. по: Дашичев 1973, с. 145]. В первую очередь это касалось территорий Западной Украины и Прибалтики, которые были присоединены к СССР перед самой войной, а значит, здесь были свежи воспоминания о прежней журналистике. Но и в целом, выбирая названия для коллаборационистских изданий, власти стремились убедить читателей в преемственности лучших традиций отечественной прессы. Неслучайно появляются газеты и журналы с такими знакомыми для читающей публики названиями, как «Колокол» (Курск), «Молва» (Одесса), «Речь» (Орел), «Северное слово» (Ревель) и т.п. Среди названий впервые издаваемых газет особенно часто встречаются



словосочетания с прилагательным «новый», что должно было свидетельствовать о начале другой жизни на оккупированной территории. К примеру, только в Белоруссии выходило 7 газет с названием «Новый путь». Коллаборационисты избегали указаний на идеологическую направленность изданий, поэтому обычно использовались топонимические обозначения: «Курские известия», «Мариупольская газета», «Пятигорское эхо», «Смоленский вестник» и др.

Первоначально местные газеты, официально издававшиеся при немцах, представляли собой маленькие информационные листки, при помощи которых населению сообщались новости с фронта и сведения о планируемых мероприятиях германских властей. Затем они приобрели вид полноценных газет. Для повышения авторитета коллаборационистским газетам внешне необходимо было быть похожими на советские издания: сохранить их формат, шрифтовое и стилистическое оформление. Поскольку активно использовалась оставшаяся от советских издательств полиграфическая база, сделать это было несложно. Традиционно на первой полосе помещалось название газеты на русском и немецком языках, в качестве подзаголовка обязательно ставился призыв: «Трудящиеся всех стран, объединяйтесь для борьбы с большевизмом!». Национальные издания украшали свой логотип орнаментом и рельефом гор.

До 1942 г. большинство газет распространялось бесплатно. Позже они стали платными, хотя по-прежнему регулярно вывешивалась на стендах в центре городов. Все служащие, врачи и учителя обязаны были подписаться на коллаборационистское издание. В Смоленске учреждения и организации подписывались на газету по заявке, регистрировавшейся в Смоленском городском управлении. Во всех регионах старостам спускался план, согласно которому они должны были охватить подпиской определенное количество жителей своего района. В конце 1942 г. в городах стали появляться киоски с прессой, где цена на печатную продукцию составляла 1

рубль. Все это напоминало советскую систему распространения, к которой привыкли жители страны.

Коллаборационистские газеты стремились установить обратную связь с читателями. Для этого проводились опросы, в анкетах задавались вопросы о том, каким образом читатели получают экземпляры газеты, предлагалось высказать пожелания, касающиеся тематики и проблематики. В «Одесской газете» с помощью опроса решали, как «максимально приблизить газету к интересам и запросам читателей» [Кинка 2001]. Одной из форм популяризации изданий стали конкурсы, например, литературные. Работы читателей должны были отражать процесс преодоления страданий после сталинского режима.

Газета «Голос народа», стремясь повысить свой авторитет, активно критиковала другие коллаборационистские издания, что, по мнению редакции, давало основание объявить свою газету народной. Журналисты ругали коллег за то, что новости печатались с опозданием. Скудность местной информации и низкий уровень публикаций могли оттолкнуть читателей и не способствовали престижу оккупационной власти. В довоенное время советская краевая пресса также могла позволить себе критику в адрес городской или районной газеты, так что эта форма была просто заимствована у советской журналистики.

Несмотря на все старания, коллаборационистской прессе не удалось внушить доверие к «новому порядку» большинству населения оккупированных территорий. Положение на фронтах и происходящее на захваченных территориях резко контрастировало с содержанием газет. К тому же активная агитация партизанского подполья не позволяла коллаборационистам монопольно влиять на общественное мнение. Всего за время оккупации советские подпольщики выпустили более 150 газет и несколько миллионов брошюр и листовок [Орлов 1975, с. 152]. Таким образом, несмотря на все усилия коллаборационистской прессы, идеи национал-социализма не прижились на оккупированных территориях.

## Выводы:

1. Придя к власти, гитлеровцы создали разветвленную сеть пропагандистских структур, действовавших как в Германии, так и за ее пределами. Подчинение оккупированных территорий было невозможно без поддержки со стороны местного населения, в связи с чем еще до начала войны вожди национал-социализма начали разрабатывать концепцию идеологической обработки порабоощаемых народов. Особая роль отводилась системе коллаборационистской периодики, которая должна была охватить различные аудиторные группы, что позволило бы сделать пропагандистское воздействие на местное население адресным.

3. Под коллаборационистскими изданиями мы понимаем такой отряд периодики, которая создается, выпускается и распространяется коллаборационистами в интересах оккупантов и выполняет преимущественно пропагандистскую функцию. Его типифицирующими признаками являются: цель (предназначение), учредитель, авторский состав, аудитория. Для повышения авторитета и популярности среди читателей коллаборационистская пресса заимствовала некоторые традиции (названия, оформление и пр.) российских дореволюционных и советских изданий.

4. Наибольшее распространение издания коллаборационистов получили в регионах, которые были присоединены к СССР перед войной (Западная Украина, Прибалтика) и где были еще сильны антибольшевистские настроения. Высокая насыщенность подобной периодикой национальных республик объясняется стремлением фашистов внедрить националистические идеи для разжигания розни между народами. Кроме того, развитию коллаборационистской прессы на данной территории способствовала социальная политика большевиков (раскулачивание, репрессии), которая привела к тому, что в некоторых регионах СССР проживали достаточно большие группы людей, негативно настроенных по отношению к советской власти.

5. Измерить эффективность пропаганды на оккупированных территориях не представляется возможным. Однако по косвенным признакам можно сделать вывод, что, несмотря на материальные и кадровые ресурсы, формы и методы воздействия, пропаганда была малопродуктивной из-за расхождения картины происходящего, представленной коллаборационистскими СМИ, и реалиями оккупационной жизни.

## ГЛАВА II. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОЛЛАБОРАЦИОНИСТСКОЙ ПЕЧАТИ НА ДОНУ

### 2.1. Выпуск и распространение в Ростовской области периодики общей направленности

Система коллаборационистской периодики региона по своим основополагающим характеристикам воспроизводила описанную в предыдущей главе структуру прессы, функционировавшей от имени пособников фашистов на других захваченных советских территориях. Вместе с тем своеобразие военной и социально-этнической ситуации на Дону потребовало от немцев корректировки созданной в других захваченных регионах унифицированной системы печати.

Одним из главных отличий коллаборационистской прессы в области стало отсутствие тесной географической привязки изданий к региону. Периодика Дона входила в систему журналистики рейхскомиссариата «Украина», вследствие чего на донской территории вниманию читателей предлагались как местные издания, так и украинские. Достоверно известно, что в Ростовской области распространялось 13 газет и журналов: «Голос Ростова» (Ростов), «Новое слово» (Таганрог), «Возрождение» (Миллерово), «Обливские известия» (ст. Обливская), «Белокалитвинская газета» (Белая Калитва), «Новочеркасский вестник» (Новочеркасск), «Эхо Приазовья» (Мариуполь), «Донецкий вестник» (Донецк), «Голос Крыма» (Симферополь), «Новый час» (Донецк), «Доброволец» (Прага), «Казачий вестник» (Прага), «На казачьем посту» (Прага), из которых только первые 6 издавались на территории области.

Нельзя не отметить, что в трудах некоторых украинских исследователей (Б. Чернякова, Д. Титаренко), упоминается еще 5 местных коллаборационистских газет: «Вольное Приазовье» (Азов, 1942-43 гг.), «Казачьи Думы» (Каменск-Шахтинск, 1942 г.), «Шахтинский вестник» (Шахты, 1942 г.), «Морозовские известия» (Морозовск, 1942 г.), «Новая жизнь» (ст. Егорлыкская, 1942 г.). Подобные разночтения связаны с тем, что

документы, регламентировавшие деятельность коллаборационистской периодики Дона, в большей части находятся в архивах Украины, куда были переданы материалы рейхскомиссариата «Украина». В Ростовской области сохранились лишь отдельные материалы и отрывочные данные, оставшиеся после изгнания немцев. Этот факт значительно осложняет исследование выбранного нами объекта, поэтому, принимая во внимание находки украинских коллег, мы опираемся прежде всего на источники, изученные *de visu*.

Доподлинно известно, что учредителями коллаборационистских газет и журналов выступали органы местного самоуправления, воинские формирования и дирекции предприятий. При этом 90% всех изданий выпускали органы самоуправления, точнее, городские и районные администрации. Газеты выходили как в крупных городах (Ростов, Таганрог, Новочеркасск), так и в небольших районных центрах (ст. Обливская, городах Белая Калитва, Миллерово). Отметим и такую особенность: основная часть коллаборационистских изданий выпускалась в западных районах области, граничащих с Украиной.

Длительность существования подобной периодики значительно разнилась и была обусловлена, прежде всего, временем оккупации. В районах выпуск изданий, как правило, ограничивался несколькими месяцами. Так, например, в станице Обливской газета просуществовала три месяца (октябрь-декабрь 1942 г.), поскольку и сам район был в оккупации пять месяцев. В крупных городах области оккупация длилась от года до двух, что позволило полностью наладить функционирование местных газет и даже открыть издательства, как, например, в Таганроге или Новочеркасске.

Еще одной важной особенностью донского региона стало то, что на его территории не издавалась, а только распространялась периодика национальных воинских формирований. Область всегда была местом оседлого проживания казаков, но в результате политики «расказачивания» и репрессий коренные жители практически потеряли возможность развивать

свою самобытную культуру и традиции. Процесс принудительной ассимиляции должен был привести к утрате этнической идентичности, это объясняет отсутствие советских казачьих изданий как таковых. Немцы осознавали, что для подрыва социальной обстановки в Ростовской области необходимо обратиться к идее национализма: напомнить местным жителям о самоидентичности, об особом статусе и привилегиях, которые имели казаки в дореволюционный период. Эти задачи должны были решать издания для казачества, в частности «Казачий вестник» и «На казачьем посту», которые выпускались в Праге. В отличие от Советского Союза в русском эмигрантском зарубежье казачья периодика имела широкое распространение, и в первую очередь на Балканах и в Чехословакии [Беспалова 2014, с. 188]. В связи с этим пропагандистские службы Германии не стали создавать на оккупированных территориях специальные газеты и журналы для казаков, а использовали уже имеющиеся в Европе ресурсы.

Территория донского региона и юго-востока Украины считалась промышленной, так как здесь были сосредоточены крупные промышленные предприятия всесоюзного значения. Данный факт объясняет появление такого вида коллаборационистской прессы, как заводская печать («Эхо Приазовья», г. Мариуполь). Заводские газеты – явление очень редкое в системе коллаборационистской прессы. По крайней мере, нам не удалось найти упоминаний о фабрично-заводской периодике, выходившей на других захваченных территориях СССР.

Как и в других регионах, работниками изданий были только коллаборационисты. Практически все газеты, кроме таганрогской, возглавляли сотрудники местной администрации. Особенно остро нехватка кадров ощущалась в районах, поэтому там газетные страницы заполнялись перепечатками пропагандистских текстов из других СМИ, а не собственными материалами. Напомним, что похожая ситуация складывалась и в Крыму. Кадровый голод в донском регионе привел к тому, что штатными сотрудниками редакций становились обычные служащие, которые до

оккупации не имели опыта подготовки и выпуска периодических изданий. Ввиду низкой квалификации кадров состав редакций часто менялся. В первую очередь это касалось главных редакторов, которых максимум через год работы в газете переводили на другое место службы. Например, в «Донецком вестнике» за два года его существования сменились три редактора [Романько].

Типичным примером может служить кадровая политика республиканской газеты «Голос Крыма». «В начале декабря 1941 года при Городской управе была создана группа по организации и изданию газеты на русском языке, отвечающей требованиям военно-фашистских властей в Крыму» [Романько]. Фактическим руководителем газеты являлся доктор Маурах – начальник Штаба пропаганды Крыма. Кадровый кризис привел к тому, что пропагандой на полуострове занимался человек, который в дореволюционное время работал врачом, соответственно никакого опыта пропагандистской или редакционной работы не имевший. Несмотря на это, по сведениям исследователя О.В. Романько [Романько], доктор Маурах контролировал весь процесс создания номера: проводил инструктаж по отбору информационного материала и его редактированию, лично вычитывал тексты, поступавшие для печати в газете, и давал разрешение на печать. Каждый номер создавался исключительно сотрудниками местной администрации, которые по совместительству являлись работниками редакции. В подтверждение данного факта заметим, что ответственным секретарем с первых дней выпуска газеты стал Соколов (имя неизвестно), который работал в Городской Управе на должности начальника отдела печати.

Кадровый вопрос, касавшийся всех изданий региона, к концу оккупации так и не был решен. О типичности такой ситуации пишет, в частности, в своих мемуарах журналист-коллаборационист Владимир Самарин: «Печать была создана людьми неопытными. Ведь 90% редакторов впервые сели за редакционные столы, 75% журналистов начали писать.



Общий уровень газет не отвечал требованиям читателей» [Самарин 2010, с. 77]. Одной из главных причин отсутствия профессиональных журналистов в коллаборационистских редакциях региона мы считаем дальновидную политику советской власти. Местные журналистские кадры были эвакуированы и продолжали свою деятельность в тылу. В частности, летом 1941 г. Ростовским обкомом ВКП (б) было принято решение создать сеть изданий для оккупированных территорий. Местом дислокации изначально был выбран Ростов, затем издания были перенесены в глубокий тыл.

На разных этапах существования газет периодичность их выхода менялась, составляя от двух номеров в неделю в 1941-42 гг. до четырех в 1943 г. Увеличение частоты выпуска номеров стало возможным после того, как был отлажен весь производственный цикл и процесс сбора и обработки информации. Но главной причиной стало то, что в 1943 г. положение немцев на фронтах сильно ухудшилось, а крупные победы Красной армии и активные действия партизанского подполья вынудили оккупантов усилить идеологическую обработку местного населения.

Коллаборационистские издания, предназначенные для жителей захваченных фашистами городов и сел, являлись единственным общедоступным печатным источником информации, и это обусловило, на наш взгляд, их достаточно высокий тираж. Районные газеты распространялись в количестве около 3 тыс. экземпляров («Обливские известия», «Возрождение»), городские (Ростов, Таганрог, Новочеркасск) – до 10 тыс. Тираж «Донецкого вестника» в будние дни достигал 25-40 тыс. экземпляров, в выходные – 65 тыс. Самые высокие тиражи были у будничного номера республиканского «Голоса Крыма» – до 80 тыс. экземпляров. Безусловно, сами по себе показатели тиражей не могут служить доказательством популярности коллаборационистских изданий, поскольку большая часть номеров расходилась по обязательной подписке. Абсолютно все коллаборационистские газеты, распространявшиеся на Дону, стоили один рубль, что было свойственно и другим регионам.

Газеты издавались форматом А3 на четырех полосах, текст набирался в четыре колонки. Рядом с заглавием, напечатанном на кириллице, повторялось название газеты в латинской транскрипции, например «Echo Priasowja». В большинстве случаев публиковались выходные данные. В частности, в «Эхе Приазовья» сообщалось, что редакция находится при типографии имени Франко, в доме № 50 на Театральной улице, а вот «Голос Ростова» скрывал свое местоположение.

Пропагандистская политика, проводимая Германией, ставила для газет на оккупированной территории одинаковые цели и задачи, но с учетом национального состава жителей регионов. В связи с этим издания региона по аудиторной направленности можно разделить следующим образом:

- 1) пресса общей направленности
  - общественно-политические;
- 2) специализированная пресса
  - военные – издания, к которым мы относим газеты русской добровольческой армии и прессу казачьих военизированных подразделений;
  - национальные, к которым относятся мусульманские издания, выходившие на территории Крыма.

Отметим, что, в отличие от других захваченных немцами областей, на донской земле издания лишь условно можно классифицировать по признаку «зона распространения» (республиканские, городские, районные, заводские), поскольку распространение не соответствовало статусу. Так, заводская газета «Эхо Приазовья» распространялась не только на территории собственно заводов, но и в оккупированных населенных пунктах всего донского региона. Мы можем сделать вывод, что существовало целевое распространение на дополнительную аудиторию.

Подробнее рассмотрим тематику на примере трех газет – «Голос Крыма», «Донецкий вестник» и «Эхо Приазовья». Выбор данных объектов объясняется тем, что они являются представителями разных типов – республиканской, городской и заводской газет. Немаловажно, что номера

указанных изданий представлены в архивах в количестве, достаточном для выявления наиболее значимых характеристик их контента.

Во время оккупации центральной газетой крымского полуострова стала газета «Голос Крыма», выходившая на русском языке. Имея статус республиканского, издание широко распространялось за пределами автономии, в частности в Ростовской области. Этому способствовали две причины: географическая близость Крымского полуострова и большое количество украинцев, проживавших на Дону. Кроме того, и Крым, и Дон входили в рейхскомиссариат «Украина».

Поскольку Крым являлся территорией, где традиционно население было многонациональным, особо значимой здесь стала национальная тема. При немцах республиканская газета служила основным рупором национализма. Стоит отметить, что «Голос Крыма» открыто не разжигал розни между русскими, украинцами и татарами, но всячески подчеркивал, как страдали эти народы при советской власти. Национализм в трактовке газеты – это благо, позволяющее народу отстаивать свои права: «Среди украинского народа действует украинский национализм, который в борьбе за освобождение Украины понес уже столько тяжелых кровавых жертв, и которого так панически боялись все враги Украины» (Голос Крыма, 20 ноября 1942). Как правило, подобные публикации носили отвлеченно-пропагандистский характер и практически не содержали никакой фактуры.

Виновниками всех бед украинского народа теоретики национализма традиционно называли евреев. Оголтелым антисемитизмом отличались, в частности, публикации Дмитрия Донцова – украинского критика, теоретика украинского национализма и идеолога сепаратизма. К примеру, 15 ноября 1942 г. «Голос Крыма» перепечатал (аналогичные публикации были нами выявлены и в других коллаборационистских изданиях) статью Донцова о «жидо-большевистской национальной политике на Украине». В ней автор утверждал, что «литературой, поэзией, кино и театром – всем этим руководили жида для того, чтобы убить душу украинского народа и привить

в нем сознание, что украинская нация, собственно, никогда и не существовала» (Голос Крыма, 15 ноября 1942). Подобные материалы должны были убедить украинский народ в его исключительности и принципиальном отличии от русского народа, а также настроить против Москвы.

Освещая деятельность украинских националистов на юго-востоке Украины, газета уделяла самое пристальное внимание «Украинской автокефальной православной церкви» (УАПЦ), являвшейся раскольнической, которая с приходом оккупантов стала служить им. В подтверждение данного тезиса «Голос Крыма» в одном из своих номеров торжественно сообщал, что «руководитель автокефальной православной церкви в освобожденных украинских землях архиепископ заверил имперского комиссара Украины в своей верности. От имени верующих он заявил, что будущее украинского народа тесно связано с победой Германской империи, и выразил благодарность за освобождение от жидо-большевистского владычества Москвы» (Голос Крыма, 9 апреля 1942). Чтобы укрепить авторитет и популярность автокефальной православной церкви на Украине, газета подчеркивает ее национальный характер и богатую историю, которая простирается вглубь веков, когда «Украина была независима от Москвы в политическом и религиозном отношениях» (Голос Крыма, 12 апреля 1942).

В сфере постоянного информационного внимания «Голоса Крыма» находилась и жизнь татарской части населения. Так, коллаборационист В. Самарин отмечал, что «из общей серой массы газет выделялась «Голос Крыма», проводившая последовательнее и ярче других национальную линию» [Самарин 2010, с. 80]. Газета регулярно писала о крымско-татарских добровольческих отрядах, которые активно боролись с Красной армией, подробно рассказывала о деятельности Мусульманского комитета, тесно сотрудничавшего с фашистами. Например, в материале, опубликованном в апреле 1942 г., сообщалось, что мусульманская общественность обратилась к

Гитлеру с посланием, содержащем следующие слова: «Ваша победа — это победа всего мусульманского мира... Вы теперь есть освободитель, руководитель мусульманского мира — газы Адольф Гитлер» (Голос Крыма, 10 апреля 1942). На страницах издания часто публиковались речи турецких муфтиев об истинной мусульманской вере.

Начиная с марта 1943 г., на страницах «Голоса Крыма» особое место заняла тема власовского движения. Так, 29 марта 1943 г. в газете была опубликована статья «Русская Освободительная армия», в номере от 23 мая 1943 г. раскрывались задачи РОА, а в материале «РОА и народы России» от 9 июля 1943 г. определялось ее место среди существующих национальных военных формирований (Голос Крыма, 15 июня 1942). В июне 1943 г. после открытия в Симферополе Центрального вербовочного пункта РОА на третьей полосе «Голоса Крыма» появилась постоянная рубрика «Уголок добровольца». О ее откровенно агитационно-пропагандистском характере говорил уже первый опубликованный текст: «За что я иду на смерть? На фронте я потерял розовые стекла оптимиста и увидел мир глазами нормального человека. Я перешел границу фронта, я поднял руки вверх и сказал: «Сталин капут!» Я пришел сюда, чтобы кровью смыть позор своих юношеских заблуждений. А ты современник? Ты еще веришь?» (Голос Крыма, 15 июня 1942). В дальнейшем сотрудничество РОА и газеты стало настолько тесным, что в октябре 1943 г. ее главным редактором стал поручик этой армии К.А. Быкович.

Придерживаясь концепции типа универсального издания для всех, «Голос Крыма» стремился расширить и дифференцировать свой контент, для чего использовались тематические страницы (специализированные полосы), в частности «Мир женщин» и «Молодость». Но в целом деятельность редакции строилась на тех же принципах, которые являлись базисными для всех коллаборационистских изданий. С точки зрения функциональных и целевых приоритетов, форм и методов подачи информации газета была такой же, как и вся общественно-политическая периодика, издаваемая пособниками

фашистов. Ее специфической содержательной характеристикой стал акцент на национальную тематику, пропаганда идеи исключительности и особых заслуг отдельных народов, необходимости объединения на национальной почве для борьбы с интернационализмом.

Для газеты «Эхо Приазовья», выходившей в Мариуполе, таким тематическим приоритетом стала заводская жизнь. Издание распространялось не только на предприятиях, но и в городе в целом, а также в Ростовской области, в частности в Таганроге и Донецке – городах с крупными предприятиями и большим количеством рабочего населения.

Появление единственной на территории оккупированной Украины заводской многотиражной газеты обусловлено рядом конкретно-исторических обстоятельств. В связи с внезапным прорывом фронта в октябре 1941 г. эвакуацию в Мариуполе завершить не успели, поэтому немцам удалось захватить завод. Кейтель писал в донесении Гитлеру в декабре 1941 г.: «Мариуполь – настоящий оазис в пустыне развалин. Заводы почти не повреждены. Вы испытаете удовольствие, увидев их» [Цит. по: Черняков 2002, с. 5]. За мариупольские заводы боролись все крупные промышленники Германии. После провала блицкрига Германии нужно было использовать промышленный потенциал Донбасса для производства вооружений.

Второй причиной для создания газеты послужило распространение листовок партизан на территории завода. Однако в исследованных нами номерах многотиражки не содержалось текстов, которые опровергали бы сообщения партизан и подпольщиков. Газета публиковала в основном информационные сообщения для работников завода и жителей города. Как мы отмечали ранее, «Эхо Приазовья» нельзя назвать чисто заводской газетой, поскольку темы, освещаемые в ней, характерны скорее для городского издания. Так, в апреле 1943 г. в «Эхе Приазовья» появляется материал о профилактике и борьбе с гриппом и венерическими заболеваниями. В мае акцентируется внимание читателей на открытии читальни и средней школы

и на том, что на рынке уже появились свежая зелень и саженцы. Из газеты можно было узнать, что «по особому желанию публики фильм «Рембрандт» будет демонстрироваться 16 мая в кино на поселке завода б. Ильича» (Эхо Приазовья, 5 апреля 1943). В июне того же года в газете публикуется материал под заголовком «Новые нормы питания», в котором оккупанты обещают повысить паек за добросовестную работу местного населения в интересах фашистской Германии.

Как и другие коллаборационистские издания, с приближением линии фронта «Эхо Приазовья» меняет свои тематические приоритеты: все больше внимания уделяется культуре. 30 июля 1943 г. в газете выходит стихотворение А. Азовского «Девушка и соловей», в августе – поздравление Мариупольскому театру. 18 августа 1943 г., когда до освобождения Мариуполя оставалось меньше месяца, выходит 100-й номер «Эха» со всеми необходимыми номеру-юбилею рубриками («Подводя итоги», «Читательские отклики» и т.д.). На фоне восхвалений выделяется материал коммерческого директора второго азовского завода В. Горницына «Больше внимание заводу». «Недостатком в содержании газеты, – считает автор, – является полное отсутствие материалов, освещающих настоящую жизнь завода». И предлагает чаще писать о бытовых проблемах, таких как распределение обуви и одежды, поступавшей из Германии и т.д. Данная критическая публикация является свидетельством тому, что трансформация тематики не осталась незамеченной работниками завода.

Тематика и проблематика «Донецкого вестника» была напрямую связана со специализацией города Юзовка (ныне город Донецк), который являлся крупным промышленным центром Украины. Так, в конце 1942 г. в Юзовке действовало 29 крупных предприятий и 1745 мелких (Донецкий вестник, 11 декабря 1942). Редакция должна была привлечь читателей к работе в промышленности, в связи с чем в первом номере издания, который вышел 15 ноября 1942 г., было напечатано обращение председателя городской управы И.Г. Петушкова: «Первым условием построения нового

порядка является восстановление разрушенной промышленности... Ценой любых усилий и затрат промышленность должна быть восстановлена в самый короткий срок, начиная от гигантов предприятий и кончая самым маленьким производством» (Донецкий вестник, 15 ноября 1941). Газета постоянно отслеживала процесс восстановления разрушенных шахт. В феврале 1942 г. главный инженер горного общества профессор Б.П. Шестюков сообщил: «Уже работает несколько шахт ...Скоро будут восстановлены еще 4» (Донецкий вестник, 12 февраля 1942).

Практически в каждом номере коллаборационисты обращали внимание читателей на то, что оккупанты поощряют предпринимательство. Об этом свидетельствуют материалы со статистикой появления новых предприятий, регулярно публиковавшиеся на страницах газеты. Примером может служить сообщение: «К январю 1942 года инициативные граждане открыли 352 частных предприятия» (Донецкий вестник, 4 января 1942). 25 июня 1942 г. газета радостно рапортовала об открытии частных заводов безалкогольных напитков. Все эти публикации должны были укрепить статус промышленного центра Донбасса и подвигнуть жителей к плодотворной работе на предприятиях региона в пользу нацистов.

Вся коллаборационистская периодика захваченных территорий имела несколько обязательных тематических сфер, о чем свидетельствуют, в частности, названия рубрик, одинаковые во всех регионах: «Сводки гитлеровского Верховного командования», «По Украине», «Местная жизнь», «На бирже труда», «По ту сторону фронта», «На территории оккупированных областей», «Вести отовсюду», «Объявления». Если сгруппировать все темы, можно выделить пять ведущих информационных блоков: антибольшевистские материалы, доказательства вероломства стран антигитлеровской коалиции, тексты, посвященные могуществу Германии, антиеврейские публикации, материалы о «новом порядке».

Первый блок, который можно назвать «общим местом» коллаборационистской периодики, был наиболее характерен для периода



первых месяцев оккупации, когда нужно было убедить местных жителей в том, что во всех их бедах виноваты большевики. Из издания в издание переходили цитаты нацистов о большевизме: «Большевизм — враг № 1 для человечества, в первую очередь для народов СССР» (Голос Крыма, 15 декабря 1942), «Большевизм — это голод и пустота» или «Большевизм — это организованная преступность» (Голос Крыма, 28 декабря 1942). Заметим, что доказательной базы авторы текста не представляли, а оперировали исключительно пропагандистскими лозунгами.

Пугали читателей и образом плохого Сталина. Газета «Голос Крыма» писала в 1943 г., что «Сталинский фарс разгадан. Как бы он ни был хитер и предупредителен, он не способен встать выше самого себя и выше той большевистской тактики, которую он осуществляет» (Эхо Приазовья, 7 мая 1942).

В тесной связке с антибольшевизмом шла тема невозможности открытия второго фронта. Раскрывалась она через тексты, посвященные Великобритании и США, — «коварных и подлых врагов русского народа». Чтобы подтвердить этот тезис, коллаборационисты приводили многочисленные примеры из истории войн, в которых США и Великобритания представали не в лучшем свете. Например, газета «Голос Крыма» несколько раз поднимала тему Крымской войны XIX века, подчеркивая неблагоприятную роль Британии в ее разжигании. Так, 8 октября 1943 г. вышел текст под названием «Англичане в Керчи в 1855 г.», в основу которого были положены события в Крыму — грабеж англо-франко-турецким корпусом местных жителей. В материале грабеж приписывается исключительно англичанам, также говорится о жестоком обращении британского генерала Брауна с ранеными в русском военном госпитале.

Пропагандисты из «Голоса Крыма» иллюстрировали мысль о ненависти Англии к России, о коварстве и вероломстве британцев примерами из самых разных источников. Это могла быть короткая цитата из текста поэта XIX в. В.А. Жуковского о Британии («Всемирный корсар») (Голос

Крыма, 14 ноября 1943) или развернутая речь генерала Власова: «Англия в течение столетий была постоянным врагом русского народа» (Голос Крыма, 16 июля 1943). Характерно, что наиболее жесткие высказывания адресовались Великобритании, а не США. В текстах подчеркивалось, что «англичане всегда извлекали прибыль из чужой крови для своего капитала». Автор материала утверждал, что «англичанам выгодно взаимное уничтожение германского и русского народов, и только!» (Голос Крыма, 7 января 1944).

В противовес текстам о таком поведении англичан публиковались материалы о «хорошей» во всех отношениях Германии, которые должны были настроить читателей на положительное отношение к захватчикам, поэтому на страницах газеты они появлялись постоянно в течение всей оккупации. Так, первое время на страницах газеты разъяснялась освободительная миссия Германии: «Победоносная армия великой Германии освободила вас от ужасов и гнета большевизма. Только благодаря ей, вы раз и навсегда освободились от кошмарных условий недавнего кровавого прошлого» (Голос Крыма, 10 декабря 1941). В каждом номере всячески подчеркивалось, что Германия — пример для подражания человеческого общества с достойно живущими счастливыми и обеспеченными людьми. Газета активно знакомила читателей с повседневной жизнью в Германии: печатались материалы о немецкой экономике, образовании, культуре. В «Эхе Приазовья», как и в любой другой пропагандистской газете, помещались позитивно окрашенные тексты – «Рабочие в Германии», «Положение женщины в Германии» и пр.

Во многих бедах жителей СССР были виновны, по мнению коллаборационистов, евреи. Так, практически в каждом выпуске «Голоса Крыма» присутствовали антисемитские статьи. По данным исследователя Михаила Тяглого, в общей сложности на страницах «Голоса Крыма» появилось порядка двух сотен антисемитских публикаций. Материалы, различные по объему и форме, были объединены особой ненавистью: иудеи,

а в собирательном образе коллаборационистов «жиды», развалили государство. Газета во главу угла ставила противоправные действия «жидобольшевиков» против всей русской нации, ее культуры и веры. Типичный пример – редакторская статья в номере от 11 февраля 1943 г.: «О, проклятые жиды, вечные душителы и растлители народной русской совести, палачи, которых ждет неминуемая русская месть» (Голос Крыма, 11 февраля 1943).

Не вызывает сомнения, что периодическая печать «была одним из элементов по обеспечению нового порядка». Коллаборационисты постоянно рассказывали, как люди налаживают свою жизнь, приспособившись к оккупантам. Городским властям удавалось, хотя и не в полной мере, наладить обеспечение Донецка, Симферополя и Мариуполя. В том, что жизнь в городе продолжалась несмотря ни на что, должна была убедить, например, такая газетная информация: «За первый месяц работы Юзовский городской ЗАГС зарегистрировал 10 браков и 72 новорожденных ребенка» (Донецкий вестник, 25 августа 1942).

Третья полоса «Голоса Крыма» рассказывала о жизни на полуострове после оккупации, о хозяйственной и культурной жизни Крыма при немецком порядке. На страницах издания публиковались распоряжения немецкого коменданта города, уведомления о регистрации крупного рогатого скота, многое другое и даже сообщения о казнях. Так, зимой 1942 г. «Голоса Крыма» сообщил о введении нормы потребления продуктов, излишки предлагалось сдать в течение 5 дней, за невыполнение грозила смертная казнь. В январе 1942 г. немецкое главное командование, обеспокоенное активизацией партизанского движения, через газету запретило крымчанам передвигаться по дороге через Карасубазар. Нарушителей отправляли в концлагерь, а тех, кого застигали на дороге ночью, расстреливали на месте. Комендант города был озабочен и хозяйственной жизнью Симферополя, поэтому он опубликовал в «Голоса Крыма» правила рыночной торговли, запрещающие торговцам самовольно поднимать цены на продукты.

Впоследствии вышла заметка, где рассказывалось о первом из наказанных – торговце Мемете Чилингирове, получившем два месяца тюрьмы за данное правонарушение. «Заботились» оккупанты и о культурных ценностях: сотрудники штаба, собиравшие упоминания о немецком искусстве и культуре в Крыму, за вознаграждение готовы были приобрести у жителей полуострова фотографии и негативы. Анекдотичным было объявление, помещенное в газете в октябре 1942 г. и рассказывающее, что солдат Иоганн Мельцер 12 октября потерял один сапог на улице в Симферополе. Тому, кто найдет сапог, было назначено вознаграждение.

Заводская газета «Эхо Приазовья» писала, что городской голова доводит «до сведения всех владельцев собак в г. Мариуполе, а также в селах Мариупольского района, что срок взноса налога на собак продлен до 5 сего марта» и напоминал «владельцам кур о необходимости сдать яйца» (Эхо Приазовья, 15 ноября 1942).

Вопросам занятости русского населения в Германии посвящалась рубрика «На бирже труда». Из газеты «Эхо Приазовья» можно узнать, что зимой 1942 г. в Германию отправлен первый транспорт с тысячей советскими гражданами, а уже весной 1942 г. на работу в Германию уехал пятидесятый эшелон с жителями области. На страницах издания публиковались письма угнанных на работу в Германию граждан СССР. В частности, в номере за 3 апреля 1942 г. приводятся строки: «...Здесь мы действительно убедились, что Великая Германия, освобождая нас от большевистского ига, принесет нам счастье, свободу и культуру...» (Эхо Приазовья, 3 апреля 1942). Печатались тексты и о том, как можно переслать деньги из Германии в СССР: «Вам дается возможность откладывать часть вашего заработка. На свой заработок можно купить сберегательную карту. Послать деньги родным можно с помощью сберегательной карты, которую можно получить через полгода работы в Германии» (Голос Крыма, 12 марта 1942). Большой раздел в «Голосе Крыма» постоянно рассказывал о

«замечательной» жизни крымчанок, якобы добровольно уехавших на работу в Германию. Часто публиковались их фотографии на отдыхе, на экскурсиях.

Деятельности партизан и подпольщиков в коллаборационистских газетах было уделено сравнительно небольшое внимание. Косвенным подтверждением достаточно сложной для гитлеровцев ситуации в области являются призывы с подобным текстом: «...Лицам, сочиняющим слухи, как и лицам, распространяющим эти слухи, угрожает строжайшее, вплоть до расстрела, наказание...», «...Уничтожайте преступных партизан, где бы они ни находились...». Зимой 1942 г. «Голос Крыма» на своих страницах напечатал следующий текст: «Живут бандиты в глубине леса, в шалашах, построенных из веток и соломы. Жизнь такая, как вели настоящие разбойники. Днем спят, а ночью идут на дело: грабить деревни, поля и огороды или на захват мирных жителей. Партизаны – это шайка преступников, разбойников – вот какое заключение делают люди, побывавшие у них в плену» (Голос Крыма, 15 декабря 1942).

Тематическое однообразие коллаборационистских изданий не было случайным. В июле 1942 г. министр пропаганды Германии Геббельс отмечал в своих речах, что «политика подачи новостей – это оружие в войне». В целях унификации и жесткого контроля весь материал утверждался сверху. Для этого в помощь изданиям Министерство пропаганды выпустило сборник «Материалы для русских газет. В помощь редакциям» [Романько].

Как можно заметить, система коллаборационистской периодики Дона и юго-востока Украины по большей части воспроизводила систему других регионов. Однако мы выявили и несколько отличительных особенностей, которые зависели от этнического состава, географического и экономического положения региона.

## **2.2. Специализированная коллаборационистская пресса в регионе: газеты «Доброволец», «Казачий вестник» и журнал «На казачьем посту»**

Исследователь Б. Ковалев отмечал, что одной из основных форм проявления коллаборационизма стал военный коллаборационизм [Ковалев 2004, с. 45]. По подсчетам различных историков (М.А. Гареева, Л.А. Репина, В.А. Ежов, А.Е. Епифанов), численность советских граждан, служивших в военизированных формированиях немцев, составляла от 100 до 200 тысяч человек. Весь этот контингент требовал специальной идеологической обработки, в проведении которой пропагандисты вермахта делали основную ставку на периодику, предназначенную для солдат и офицеров, перешедших на сторону врага.

«Особое место среди «русско-немецких» изданий занимают газеты и журналы для «восточных» воинских формирований. Почти все эти формирования имели свои органы печати: «Клич», «Заря» (для военнопленных), «За свободу» (Русская национальная народная армия), «Боец РОА», «Боевой путь», «Доброволец» (Российская освободительная армия), «Голос народа» (Российская освободительная национальная армия), «За родину!», «Путь на родину», «Воля народа», «Наши крылья» (Комитет освобождения народов России) и др. Известно также большое количество казачьих изданий, которые подчинялись Главному управлению казачьих войск, которое возглавлял его атаман Всевеликого Войска Донского генерал от кавалерии П.Н. Краснов», – отмечал исследователь А.В. Огороков [Огороков 2007, с. 56].

В данном параграфе мы уделим внимание организации работы трех специализированных изданий, распространявшихся на территории области на протяжении двух лет: газете «Доброволец» – для солдат Русской освободительной армии, газете «Казачий вестник» и журналу «На казачьем посту» – для казаков.

Распространение национальных изданий объяснялось в первую очередь последствиями Гражданской войны: рассказыванием, насильственной коллективизацией, вылившейся в голод, попранием религиозных чувств населения, массовыми репрессиями. Кроме того, широкую социальную базу для коллаборационизма Е.И. Журавлев объясняет и «миграционными потоками. С 1917 по 1928 года на юг России стремились несогласные с большевистским режимом, многие так тут и осели» [ Журавлев 2005, с. 222].

Летом 1942 г. гитлеровцы заняли исконные территории донского казачества. В документах высшего военного руководства Германии казаки назывались равноправными соратниками немецких солдат. Зная о недовольстве значительной части населения Дона политикой рассказывания, о гонениях на казаков со стороны советской власти, немцы надеялись на массовый переход жителей региона на свою сторону. Для этой цели в Новочеркасске был восстановлен штаб Войска Донского, который помогал оккупантам. В сентябре с согласия немцев был собран расширенный Совет атаманов, объявивший Второй казачий сполох большевистскому режиму [Горелкин 2003, с. 45], а Штаб Войска Донского начал формирование отрядов казаков для отправки на фронт и борьбы против солдат Красной Армии.

В начале декабря 1942 г. часть казаков Таганрога начала проявлять инициативу по налаживанию сотрудничества с оккупационной властью. В специальном обращении к администрации города бывшие участники боев с «красными» в годы Гражданской войны обращали внимание на то, что никогда не смирятся с советской властью. Они писали с гордостью, что к этому моменту отправили на фронт не одну сотню добровольцев-казаков, которые будут храбро сражаться в составе германских войск с отрядами Красной Армии [ТФ ГАРО, ф.р. 619, оп.1, д.193, л.1.].

Казачи-таганрожцы просили немецкие власти разрешить организовать в городе Союз казаков и офицеров. Цель его создания излагалась в

нескольких пунктах, главными из которых были: единение всех антисоветских сил, борьба с партизанами, саботаж [Там же, л.5].

Учитывая все эти факторы, на территории Донского края немцы организовали широкое распространение специализированной военной периодики. Для советских солдат, перешедших на сторону немцев, участвующих в Русской армии, предназначалась газета «Доброволец». На казаков были рассчитаны газета «Казачий вестник» и журнал «На казачьем посту». Стоит подчеркнуть, что указанная периодика только распространялась на территории области, а издавалась она за рубежом специализированными пропагандистскими отрядами, состоящими из коллаборационистов.

Немецкое командование уделяло большое внимание подготовке пропагандистских кадров из числа советских граждан для работы в указанных изданиях. При министерстве народного просвещения и пропаганды Германии был создан отдел «Винета», в ведение которого входила подготовка печатных материалов для оккупированных немцами восточных территорий. В этой связи «Винета» состояла из нескольких национальных секций: белорусской, латышской, русской, украинской и эстонской. Насчитывало подразделение более 800 советских граждан, перешедших на сторону фашистов. Сотрудники «Винеты» распределялись по военным частям и отправлялись в захваченные немцами советские города. Таким образом несколько пропагандистов попали в Главное управление казачьих войск, выпускавшее коллаборационистские издания для казаков, и в представительство Русской освободительной армии в Дабендорфе, где находились редакции двух основных газет Русского освободительного движения (газеты «Доброволец» и газеты «Заря»).

Крупнейшими казачьими изданиями являлись газета «Казачий вестник» (первый номер вышел 22 августа 1941 г. в Праге) и журнал «На казачьем посту» (появился 25 апреля 1943 г. в Берлине). Оба издания считались органами казачьего национального освободительного движения,



выходили в свет дважды в месяц – 1 и 15 числа. Заметим, что газетой «Казачий вестник» можно назвать условно, поскольку периодичность выхода не соблюдалась из-за материально-экономических проблем.

Так как аудиторией «Казачьего вестника» являлось население не только СССР, но и других оккупированных территорий, «Казачий вестник» параллельно выходил на нескольких языках, таких как русский, украинский и словацкий. Журнал «На казачьем посту» выпускали казаки-белогвардейцы из донского региона, ориентировавшиеся на население бывшей родины, поэтому печатался он исключительно на русском.

О деятельности такого рода изданий можно узнать из публикаций, в которых сами журналисты рассказывали о своем издании, в том числе, не обходя вниманием и проблемы. Коллаборационисты позиционировали себя как создатели органа печати всего казачьего народа: «Каждый народ имеет свою национальную печать не потому, что кто-то так хочет, не потому, что это кому-то выгодно, а потому, что национальная печать есть органическое и неизбежное выявление народных мыслей, чаяний, идей и стремлений», – утверждает главный редактор В. Глазков в статье «Казачья печать против советской пропаганды» (Казачий вестник, 28 сентября 1941).

О целях национальной печати Глазков написал позже: «Как всякая национальная печать, не уклоняющаяся от объективности действительности, имеет своей задачей с одной стороны быть зеркалом национальной жизни своего народа, а с другой – помочь своему народу идти национальным путем, – так и **наша** казачья печать должна быть тем необходимым путеводителем своего казачьего Народа, который так необходим особенно сейчас в дни кристаллизации казачьей народности, в дни выявления казачьих национальных идеалов, в исторические дни казачьего национального возрождения» (Казачий вестник, 28 сентября 1941). Национальная казачья печать, по мнению коллаборационистов, служила доказательством существования казачества. В этой связи редакция настаивала, что «казачья нац. печать не может умереть и исчезнуть раньше смерти и исчезновения

самого Казачества» (Казачий вестник, 10 декабря 1941). Для привлечения материальных средств со стороны аудитории на первой полосе систематически размещались врезки с текстом: «Каждый казак должен поддержать свою казачью национальную печать. Станичники, покупая «Казачий вестник», вы поможете выпустить следующий его номер» (Казачий вестник, 22 августа 1941).

Однако материальное положение издания оставляло желать лучшего, о чем свидетельствуют врезки на первой странице, появившиеся в 1942 г., с информацией о том, что, если казаки не будут подписывать активно на газету, «Казачий вестник» больше в свет не выйдет. Пытаясь исправить тяжелую ситуацию, сотрудники редакции размещали на разных полосах письма благодарных читателей, которые должны были стимулировать интерес к газете: «Я получил от вас газету «Казачий вестник», за что сердечно благодарю. Из этой газеты я понял, что эта наша газета выражает самый правильный путь к победе над большевизмом» (Казачий вестник, 25 сентября 1944).

В отличие от «Казачьего вестника» создатели журнала «На казачьем посту» не обращались к своим читателям с призывами подписываться, на страницах издания также нет информации, сообщающей о буднях редакции или о каких-либо материальных проблемах.

Оба издания придерживались общих правил оформления коллаборационистской периодики. Так, газета «Казачий вестник» выходила на четырех полосах формата А3, текст набирался в пять колонок. «На казачьем посту» представлял собой 16-страничный журнал с текстом в две колонки. В шапках указывалось название издания на русском и немецком языках, затем публиковался подзаголовок («Казачий вестник» – Орган казачьего национального движения, «На казачьем посту» – Двухнедельный общеказачий журнал), следующей строкой шли порядковый номер, дата и указание цены. Отличительной особенностью казачьей периодики можно считать наличие большого количества фотографий: традиционно это были

портретные снимки казаков в форме либо репортажные снимки с поля боя. Журнал публиковал на первой полосе содержание номера, чего не было в других коллаборационистских изданиях.

Основной темой специализированной казачьей периодики стал национальный вопрос. Идея реванша за проигранную гражданскую войну, обретения казачьей государственности и независимого государства «Кзакии» с помощью нацистов в годы Великой Отечественной войны обрела новое дыхание на страницах коллаборационистской прессы. Журналистам необходимо было выделить казаков как отдельную общность среди народов СССР, что должно было идти вразрез с национальной политикой Советов, где, напротив, шла интеграция наций в единое советское общество.

Во-первых, авторы доказывали самостийность казаков, ссылаясь на якобы свойственные только казакам черты характера. В номере «Казачьего вестника» от 28 сентября 1941 г. отмечалось, что «сознательная дисциплина, организованность и интеллигенция определяет культурный уровень казачьего народа. Казаки воспитывают свои поколения, прежде всего, в духе служения высшим идеалам человечества и, при сохранении своих национальных достижений, обеспечивая себе достойное место в семье народов». Коллаборационисты рисовали былинный образ казака, поэтому в номере за 16 августа 1943 г. появилось следующее описание: «За словом «казак» кроется какой-то богатырь, который своей могучей рукой уничтожает многоголовое чудовище».

«Особенность» казаков доказывалась и при помощи отсылок к победному прошлому, а также к информации о происхождении казаков как общности. Так, в январском номере 1945 г. коллаборационисты утверждали: «казаки – это совершенно особый, в течение веков окончательно сформировавшийся народ, обладающий своими духовными и физическими свойствами, так непохожими на свойства остальных народов» (На казачьем посту, 15 января 1945). В журнале «На казачьем посту» постоянно

приводились высказывания иностранных и российских ученых, доказывающих, что казаки – это отдельный народ. «Иностранные историки, касавшиеся истории происхождения казаков, отрицали возможность образования их от беглых московских крестьян. За отдельный народ, происшедший из местных подонских и азово-черноморских народов древней эпохи, считали казаков и русские историки Карамзин, Костомаров, Полевой и другие. Только в 1832 году Броневским была позаимствована от польских историков теория образования Казачества от беглого люда ...Логически немыслимо создание рыцарского Казачества с наличием высоких духовных качеств от беглого русского крестьянина или преступника... Невозможно допустить, чтобы какой-нибудь крестьянин мог сразу сделаться казаком-наездником или искусным боевым моряком... Система государственности и общественного управления Казачества, основанная на прямом народоправстве несовместима с традициями московского люда», – отмечалось на страницах номера от 1 апреля 1945 г. журнала «На казачьем посту».

Более того, газета «Казачий вестник» доказывала, что казачий народ родственен немецкому. Авторы подобных материалов придерживались теории, что казаки произошли от готов, а значит, принадлежат не к славянской, а к арийской расе, что должно было роднить их с германским народом. Отсюда коллаборационисты делали вывод, что, если истинный казак хочет быть самостоятельным, ему необходимо поддержать нацистское командование. В номере за 22 августа 1941 г. «Казачьего вестника» утверждалось, что «казаки отдают себя и все силы в распоряжение Фюрера для борьбы за национальные казачьи идеалы, благородные немецкие рыцари уже не раз помогали казакам в борьбе с красной нечестью». Звучал призыв вспомнить «двадцать пять лет скитаний, подпольной скудной жизни, страшных пыток и гибели близких – все, что дал Советский Союз казакам». На страницах газеты всячески подчеркивалось, что казак не русский. Доказывалось стремление «великороссов» подчинить себе казаков, но ведь

самой отличительной чертой казаков является любовь к свободе, а значит, казак никогда не был рабом. Подобная информация использовалась как аргумент при доказательстве особых заслуг казачества, его национальной исключительности, а также при разъяснениях, почему казаки должны бороться с большевиками.

Вся казачья периодика в каждом номере помещала тексты, посвященные победной истории казачества. В частности, в журнале «На казачьем посту» была постоянная рубрика «Исторические очерки Дона», в которой рассказывалось об осаде Азова, об участии казаков в битве под Бородино и т.п.

Большое количество текстов было посвящено разъяснению того, почему многие казаки уехали за границу после Гражданской войны. Цель таких публикаций – убедить людей, живших на оккупированной территории, что казаки-колaborационисты не беглые предатели, а вынужденные эмигранты: «Двадцать пять лет назад над Казачеством был произнесен приговор центральным Комитетом коммунистической партии, которая требовала поголовного их уничтожения. Партия провела массовый террор против зажиточных казаков, истребив их поголовно. Партия конфисковывала казачий хлеб, переселяла стариков и детей в другие районы, а на казачьи земли селила русскую бедноту» (Казачий вестник, 14 августа 1943). «Казачий вестник» утверждал, что большевики жестоко обходились с казаками, оставшимися на советской территории, и именно это должно было объяснить массовый отъезд казаков за границу. О том, как тяжело было казачеству в период советской власти, подробно рассказывается, например, в номере за 29 августа 1944 г.: «В настоящее время Казачьи Края в полном смысле слова опустошены жидо-коммунистами, много казаков уничтожено, сослано в Сибирь, и только часть из них спасена Германской армией».

Колaborационистские издания утверждали, что нацистское командование поможет казакам освободить свою родную землю – Казакию – от большевистского ига. Вместе с освобождением Казакии придет и

освобождение населения, живущего еще на советской территории. К Казакии националисты относили территории Краснодарского, Ставропольского краев и Ростовской области, поэтому на страницах коллаборационистских изданий появлялись материалы о подвигах донских и ставропольских казаков.

В национальной специализированной периодике практически не было информации о ходе боевых действий. Коллаборационисты стремились как можно сильнее воздействовать на чувство общности у казаков, поэтому помещалась информация исключительно о казачьем братстве. Подобную стратегию коллаборационисты использовали при создании всей национальной печати.

С конца 1942 г. важнейшую роль в организации пропаганды на восточном фронте стали играть Комитет освобождения народов России и Русская освободительная армия. О важности последнего подразделения говорит тот факт, что для пропаганды в рядах Красной Армии и отрядах военнопленных нацисты и коллаборационисты создали специализированные издания РОА.

В Дабендорфе была организована школа РОА (официальное название – Отдел восточной пропаганды особого назначения) – единственный учебный центр, который готовил офицерские кадры для Русской освободительной армии (РОА). Главной идеологической задачей школы было превращение пленных бойцов РККА в идеологических противников советского строя. Слушателей убеждали в перспективности власовского движения и отсталости существовавшей в СССР политической системы.

В лагере находились редакции газет – «Заря» и «Доброволец». Самым крупным периодическим изданием РОА стала контрреволюционная, как она сама себя позиционировала, газета «Доброволец», которая предназначалась для солдат Красной Армии и добровольческих частей нацистов. Первый номер еженедельника вышел 1 января 1943 г. тиражом 600 тысяч экземпляров. Ответственным редактором значился Г.Н. Жиленков, а с 16 номера – В.Мухин, с лета 1944 г. по апрель 1945 г. главным редактором был

князь Г.А. Сидамон-Эристов. Распространялась газета в частях РОА и в лагерях для военнопленных, помимо этого немцы сбрасывали с самолетов подшивки «Добровольца» на оккупированные территории СССР.

Основная идея всех публикаций «Добровольца» состояла в том, что большевизм – враг русского народа и демократии. Приведем пример из номера от 7 февраля 1943 г.: «Война с большевизмом, ведущаяся народами Европы под руководством Германии, все больше и больше приобретает характер народно-освободительной войны самого Русского народа. ...Не выдерживает доброе и мужественное русское сердце. Чувство национальной гордости заполняет сердце. Берут оружие сыны русского народа, становясь в ряды добровольческих отрядов» (Доброволец, 7 февраля 1943). Коллаборационистами доказывалось, что именно большевизм привел многострадальный русский народ к войне за чужие интересы, поскольку войну развязали «английские и американские капиталисты, которые используют большевизм для овладения природными богатствами России» (Там же). Поэтому в «Добровольце» повторялась мысль о том, что Германия ведет войну не против русского народа, а лишь против большевизма. «Мы не ставим себе никаких целей, кроме обеспечения счастливого будущего России. Большевики спекулируют, пытаются использовать чувство национального героизма. Долг каждого патриота своего отечества – занять свое место в борьбе за наше будущее», – писали коллаборационисты на страницах газеты (Доброволец, 14 февраля 1943).

Коллаборационистские издания постоянно публиковали информацию о сотрудничавших с немцами бывших руководящих советских работниках. Для пропаганды в специализированном военном издании как нельзя лучше подходил пленный генерал Андрей Власов, сделавший прекрасную военную карьеру в Красной армии. В свое время советская пресса много писала о Власове как о талантливом полководце, в нем видели авторитет, способный повести за собой массы. В связи с этим, как считали фашисты, советским пропагандистам было бы сложно «очернить» генерала.

В марте 1943 г. на страницах «Добровольца» было размещено открытое письмо Власова под заголовком «Почему я стал на путь борьбы с большевизмом». Написано оно простым языком, понятным даже крестьянину. Начинает генерал открытое письмо с описания основных вех своей военной карьеры, высказывает свое отношение к репрессиям в армии, затем анализирует причины поражения Красной армии на фронтах, размышляет о вине Сталина и американских капиталистов. Далее Власов переходит к вопросу о сотрудничестве с Германией, которая ведет русский народ к светлому будущему и о важности вступления в ряды РОА. «Дело русских, их долг – борьба против Сталина, за мир, за Новую Россию!» «Меня ничем не обидела советская власть, – пишет Власов. – Это доказывает то, что с большевизмом борется честный человек» (Доброволец, 21 марта 1943).

Основной причиной, заставившей его сотрудничать с немцами, Власов называет расхождение тех идеалов, за которые он воевал на стороне красных во время Гражданской войны, и результатов первых лет правления большевиков (коллективизация, репрессии). «Я видел, что растаптывалось все русское, что на руководящие посты в Красной Армии выдвигались подхалимы, которым не были дороги интересы русского народа», – пишет он в открытом письме, опубликованном в «Добровольце». Причины поражений Красной армии в начале войны Власов видел в неверии русского народа большевистской власти. Подобные умозаключения заставили его задуматься: «Да полно, Родину я защищаю, за Родину ли я посылаю людей на смерть?» (Доброволец, 12 марта 1943). Выводы открытого письма сводились к тому, что «дело русских – борьба со Сталиным, за свободу, за новую страну. Место Русского народа в Новой Европе будет зависеть от степени его участия в борьбе против большевизма».

Целью этого открытого письма стало не только желание привлечь в ряды РОА как можно больше людей, но и подтолкнуть советские власти к репрессиям в рядах военных образца 1937-38 гг. [Ковалев 2004, с. 412].



Поскольку необходимо было доказать неэффективность управления Красной армией, «Доброволец» уделял много внимания ситуации внутри советских вооруженных сил. Для убедительности журналисты публиковали под текстом подпись «Из захваченных документов (репринт)». Обратим внимание на тот факт, что только в специализированной прессе появлялись не голословные обвинения, а документальные доказательства массовых репрессий в рядах Красной армии, но при этом остается под вопросом подлинность документов. Публикуя информацию о «зверствах» офицеров, газета призывает советских солдат к переходу на сторону немцев: «Красная Армия превратилась в орудие авантюристической антинародной политики большевизма. Большевизм положил в основу строительства Красной Армии насилие, террор, шпионаж. В ходе гигантской борьбы уже начала создаваться новая грозная для большевизма сила – подлинная армия Русского народа – РОА. Ее цели: уничтожить Сталина, заключить почетный мир с Германией, построить Новую Россию» (Доброволец, 28 февраля 1943). Рядом с подобными текстами публиковались письма тех, кто перешел на сторону немцев. Они рассказывали о своей сытной жизни в РОА, призывали читателей следовать их примеру.

Так же в непосредственной близости с материалами, «свидетельствующими» о зверствах командиров Красной армии, помещались публикации о хороших офицерах-власовцах. Например, в номере от 25 ноября 1943 г. героем публикации стал некий Иванов: «Майор скромн, на груди у него орден за храбрость. Глубокая преданность и вера в идею освобождения Родины привела его в ряды Русской освободительной армии. Его любят офицеры и солдаты за мужество и преданность Родине. В быту он лучший друг своих подчиненных. Он строг к себе и своим подчиненным. За эти качества бойцы любят чуткого и внимательного командира» (Доброволец, 14 февраля 1943).

Совершенно другими предстают советские военачальники, которые, по словам авторов материалов, не заботятся о солдатах. В частности,

«Доброволец» подробно рассказывал о плохом снабжении Красной армии. Так, в номере за 21 марта 1943 г. речь идет о мародерстве: «Красная армия, лишенная нормального снабжения, начинает обеспечивать себя продуктами за счет местного населения» (Доброволец, 21 марта 1943). В каждом номере печаталась информация о просчетах советского командования, например: «Как взяли в плен советского генерала» (Доброволец, 12 апреля 1943) или «Советские бомбовозы против своих же частей» (Доброволец, 25 апреля 1943). Печатались в «Добровольце» и карикатуры на советских полководцев. В номере за 28 июня 1943 г. помещена карикатура «Тень Суворова» (Суворов возвышается над Тимошенко, Буденным, Ворошиловым и говорит им: «А вы, друзья, как ни садитесь, все в полководцы не годитесь»).

Знаковым для всех изданий РОА стало сделанное А. Власовым в сентябре 1942 года в г. Смоленске «Обращение Русского комитета к бойцам Красной Армии, ко всему русскому народу и другим народам СССР», основные положения которого публиковались в каждом номере на страницах «Добровольца». На полосах появлялись врезки с цитатами из обращения, либо в журналистских материалах приводились отрывки из него в качестве аргументов. Между тем, достаточно лишь взглянуть на 13 пунктов Смоленского обращения, чтобы понять политические цели Русского освободительного движения – обещание демократических свобод в обмен на поддержку населением нацистов.

Главным виновником всех проблем Красной армии назывался И. Сталин: «Не проявив полководческих талантов в гражданскую войну, Сталин не показал организаторских военных талантов и в мирное время. Про сталинские победы можно сказать, что еще одна-две таких побед, и от Красной Армии останется одно название. В лице Сталина мы имеем полководца особого типа, не имеющего себе равных в истории, ибо он не водил полков в бой, не разрабатывал планов сражений и не создавал военных доктрин. Он пользуется умом и талантом других» (Доброволец, 28 февраля 1943). В противоположность таким материалам помещались тексты о

полководческом и человеческом талантах Гитлера: «Своим умным руководством Гитлер дал народу свободу и единение. Немецкий народ стал одной дружной семьей» (Доброволец, 7 февраля 1943).

Коллаборационистская газета много писала о расстрелах советскими военными мирных жителей. В одних случаях речь шла о злодеяниях за рубежом: «Осенью 1939 большевики арестовали в оккупированных ими польских областях большое число жителей и сослали их в северные части СС. Число сосланных – 1,8 миллиона человек» (Доброволец, 14 февраля 1943). В других – о преступлениях против собственного народа: «В некоторых деревнях расстреляно поголовно все население. Особенного размаха достигли зверства большевиков на Дону, в казачьих станицах» (Доброволец, 21 февраля 1943).

Можно утверждать, что вся специализированная национальная пресса создавалась коллаборационистами по одним и тем же правилам. В основу текстов закладывалась идея, что конкретная нация – особенная, с многовековыми культурой и традициями. Однако за годы советской власти национальная идентичность была уничтожена большевиками. После гражданской войны ушли понятия «русский», «украинец», «татарин», вместо них появилось «советский гражданин». По мнению коллаборационистов, все многовековые обычаи были забыты, а немецкие солдаты пришли в Россию помочь ущемленным народам. Населению оккупированных территорий предлагалось вступить в ряды коллаборационистов, начать жизнь заново. В специализированной прессе появлялось много материалов об истории народов, об их традициях, о зверствах большевиков в тридцатые годы. Сравнивалась жизнь в Германии и жизнь в СССР, и это сравнение обязательно было в пользу немецкого государства. Коллаборационисты разъясняли, какие именно блага получают представители разных национальностей при новом порядке. В основном речь шла о создании национальных государств на территории бывшего СССР.

Возможность существования серьезного национального издания на территории, оккупированной нацистами, на первый взгляд, противоречит идее национального превосходства арийцев. Однако поддержание коренных наций было выгодно Германии, т.к. позволяло закрепиться на захваченной территории. Теоретики нацизма осознавали, что этническая пресса, опирающаяся на национальные ценности и, следовательно, затрагивающая сферу эмоций читателей, является мощным орудием воздействия на массовую аудиторию.

### **Выводы:**

1. В целом коллаборационистская периодика на Дону воспроизводила систему прессы других захваченных территории СССР. Однако мы можем отметить и несколько специфических отличий. Основным из них является отсутствие географической привязки газет к территории, что открыло возможности для распространения в регионе украинской печати. Кроме того, на Дону широко распространялись и национальные издания, выпускаемые за рубежом. Несмотря на пестрый национальный состав, в области не было зафиксировано ни одного собственного национального издания, что связано с процессом ассимиляции казаков до войны.

2. Большинство коллаборационистов, так или иначе причастных к выпуску газет, были работниками местных администраций, а не профессиональными журналистами, что сказывалось на качестве выпускаемых изданий. Деятельность прессы была жестко регламентирована многочисленными инструкциями немецких пропагандистов, что зачастую делало издания региона похожими друг на друга как внешне (это было обусловлено использованием типографских возможностей Украины), так и содержательно. При этом можно привести несколько исключительно местных тем: например, материалы о промышленности, поскольку юг являлся промышленным центром СССР.

3. Многонациональность и особенности социальной политики (раскулачивание, расказачивание, репрессии) в регионе привели к тому, что в Ростовской области сформировались аудиторные группы, так или иначе негативно настроенные по отношению к большевикам. На данных читателей была нацелена специализированная пресса, получившая распространение на Дону. В частности, в регионе появились два казачьих издания, целью которых стало возрождение националистических идей среди ассимилировавшихся среди местного населения казаков. В Ростовской области проживали советские граждане, которым по различным причинам было запрещено жить в крупных городах Центральной России. На данную аудиторию были направлены издания Русской освободительной армии, которые стремились завербовать в ее ряды новых бойцов.

## Глава III . ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ГОРОДСКОЙ ГАЗЕТЫ «НОВОЕ СЛОВО» (ТАГАНРОГ)

### 3.1. Функциональные и организационно-издательские характеристики газеты

Таганрог имел для немцев особое стратегическое значение, поскольку являлся одним из самых развитых промышленных центров юга страны. Кроме того, через город проходили крупные железнодорожные магистрали, открывавшие путь на Ростов и Донбасс, здесь находился достаточно хорошо оборудованный аэродром, позволяющий принимать и легкие истребители, и средние бомбардировщики. В связи с этим одной из главных задач нацистов осенью 1941 г. стал стремительный захват Таганрога. 17 октября город был полностью оккупирован немцами.

Многие жители без особого страха восприняли вступление гитлеровцев в город, поскольку, вспоминая период оккупации германскими войсками Таганрога в конце Первой мировой войны, считали немцев цивилизованной нацией. Таганрогский краевед В. Волошин так описывает первый день оккупации: «Когда немецкие мотоциклисты и автомобилисты с эсэсэвцами шли по улицам, любопытные таганрожцы высыпали на улицу посмотреть на немцев... У некоторых в руках были осенние букетики цветов с дворовых клумб» [Волошин 2008, с. 131]. О страшных преступлениях фашистов в захваченных советских городах и селах мирным жителям на тот момент еще практически ничего не было известно.

С первых дней оккупации фашисты стали учреждать в Таганроге свой «новый порядок». В короткие сроки сюда были перемещены различные тыловые и военные подразделения. Для осуществления исполнительской власти на местах формировались ортскомендатуры<sup>3</sup>, которые отвечали за организацию местного самоуправления. Еще одной управляющей структурой стал бургомистрат, созданный 25 октября 1941 г. и подчинявшийся ортскомендатуре. К числу первоочередных задач гитлеровцы относили

<sup>3</sup> Ортскомендатура – гражданская оккупационная администрация, сотрудниками которой являлись советские граждане

организацию в городе органов идеологической работы, призванных распространять и популяризировать идеи фашизма. Так, уже 27 октября 1941 г. в Таганроге появился пропагандистский отдел Штафель U-2, возглавляемый офицером вермахта обер-лейтенантом Краузе (Таг.ГАРО.Р.604.Оп. 1.Д.1. Л.3). Работу этого отдела регламентировали директивы, выпущенные рейхсминистром по делам Востока Розенбергом. Среди документов Таганрогского ГАРО нами найдена директива от 12 ноября 1941 г., в которой говорилось, что каждая ортскомендатура на оккупированной территории СССР должна выпускать подведомственную газету.

Поставленная задача была выполнена: 12 декабря 1941 г. в Таганроге появилось издательство «Новое слово». Согласно схеме издательства, нарисованной его директором Алексеем Кирсановым, помимо газеты издательство владело типографией, библиотекой, магазинами, земельными наделами и меблированными квартирами.

Из «Годового отчета за 1942 год», подготовленного Кирсановым, следует, что доходы издательство получало из нескольких источников.

«Прибыль:

- от реализации газеты – 398.903 рубля 53 копейки;
- от реализации типографской продукции – 148.276 рублей 12 копеек;
- от реализации товаров в магазине – 100 рублей 37 копеек;
- выполнение услуг – 98 рублей 50 копеек;
- публикация объявлений – 90 рублей 4 копейки;
- эксплуатация жилплощади – 105 рублей». (Таг.ГАРО.Р.604.Оп. 1.Д.1. Л.5).

Данный документ позволяет также сделать вывод о том, что газета служила не только главным идеологическим оружием, но и основным активом, составлявшим финансово-экономический базис издательства.

Редакция газеты «Новое слово» заработала 12 декабря 1941 г. С первого дня существования ее деятельность жестко регламентировалась

оккупантами. В «Документе С-26», найденном нами в архиве, был специальный пункт, в котором указывалось, что печатное средство пропаганды должно полностью подчиняться военному командованию, всякая личная инициатива запрещалась (Таг.ГАРО.Р.604.Оп. 1.Д.1., л.13). Подчеркнем, что формально инициатором создания и издателем газеты числился бургомистр, фактически же ее хозяином была немецкая комендатура. По словам Кирсанова, «уже со второго номера главную заботу о газете взяла на себя местная комендатура. В очень большой мере способствовал правильному направлению газеты и идеологическому содержанию ее личная забота господина коменданта Альберти» (Там же, л.11). Газета стремилась угодить высокопоставленным чиновникам. Об этом свидетельствует тот факт, что первые пять номеров с дарственными надписями, сделанными по первой полосе золотым тиснением, были преподнесены гауптштурмфюреру зондеркоменды 10-а Цагу, ортскоменданту города Таганрога оберштурмфюреру Тримборну, далее – фельдкоменданту и другим (Там же, л.14).

Акцентируем внимание на том, что каждый номер перед выходом в свет проходил строгую цензуру, и на последней полосе обязательно ставились выходные данные контролирующих органов. До 15 августа 1942 г. «Новое слово» имело гриф «С разрешения ортскомендатуры», а позже вместо него ставилась отметка таганрогской цензуры U-2. (Там же, л. 14) Важно отметить, что цензурировались не только материалы, написанные местными сотрудниками, но и переводы текстов, созданных центральными фашистскими идеологическими службами. Требование абсолютной идентичности переводов оригиналам не могло не сказываться на сроках подготовки номеров к выпуску в свет, с чем связаны сетования Кирсанова. Редактор «Нового слова» описал механизм прохождения материалов следующим образом: «Работа редакции была ответственной и трудной. Она осложнялась еще и тем, что весь материал, полученный от Германского командования на немецком языке, после перевода проходил еще раз цензуру



при комендатуре, иногда весьма чувствительно ломавшую намеченную работу» (Таг.ГАРО.Р.604.Оп. 1.Д.1, л.22).

Важным направлением деятельности всей редакции стало создание эффективной системы распространения издания. Главный редактор лично вел учет реализации тиража. Согласно его записям (Таг.ГАРО.Р.604.Оп. 1.Д.1), большая часть номеров расходилась в армейские подразделения и по представительной подписке среди жителей Таганрога и близлежащих населенных пунктов (Там же, л.20). Изученные нами документы свидетельствуют, что газета в период с 1 января по 1 июля 1942 г. была отпущена ортскомендатуре с последующей доставкой гражданскому населению в количестве 16 тыс. экземпляров и армейским подразделениям в количестве 44 тыс. экземпляров (Там же, л.21). Такое распределение тиража трудно назвать целесообразным: «Новое слово» являлось общественно-политической газетой, которая должна была ориентироваться на широкую аудиторию, однако большая часть тиража распространялась среди узкой группы населения оккупированной территории – военных.

Коллаборационисты в основном заимствовали привычную для таганрожцев советскую систему распространения с частичной обязательной подпиской, но были и новшества. В частности, к реализации тиража привлекались местные старосты, которые, в отличие от советских распространителей-общественников, должны были во что бы то ни стало продать все выданные им комендатурой номера, иначе платили из своего кармана. Для увеличения количества потенциальных читателей широко использовались возможности газетных витрин, размещенных в центре города. Из документов следует, что в Таганроге было как минимум 17 витрин, где регулярно вывешивались номера «Нового слова».

По мнению коллаборационистов, концепция распространения «Нового слова», выстроенная таким образом, должна была решить одновременно две задачи: охватить систематической идеологической пропагандой все целевые слои населения и добиться полной самоокупаемости газеты. О том, какое

большое значение придавалось продвижению издания, свидетельствует тот факт, что в редакции появился специальный отдел пропаганды, который отвечал за подписные акции и оформление газетных витрин. Все эти меры способствовали быстрому росту тиража: с 2 тыс. экземпляров в декабре 1941 г. до 12 тыс. в ноябре 1943 г. Формулируя программу издания и его основные функции, коллаборационисты нигде не упоминали об истинном предназначении газеты как орудия фашистской пропаганды и агитации. Главный редактор пытался убедить горожан, что главная функция «Нового слова» – информационная, а контрпропаганда – вынужденная мера. «В городе заработали языками большевики и большевистствующие, озлобленные новыми порядками, и поползли тревожные слухи. Было решено выпустить газету, дабы успокоить мирных граждан» (Таг.ГАРО.Р.604.Оп. 1.Д.1, л. 49), – пишет Кирсанов. По его словам, в центре внимания редакции находятся информационные потребности жителей Таганрога. В частности, в документах редакции указано, что о направлении газеты не приходится много говорить, поскольку таганрожцев интересуют в первую очередь вопросы момента, и газета дает эту информацию (Там же, л.51). Редактор подчеркивает, что читатель получает качественный журналистский материал – новый, недоступный ранее советским людям, так как сведения берутся из авторитетных немецких источников, количество которых превышает пять десятков.

Многочисленные перепечатки статей агитационно-пропагандистского характера Кирсанов не просто оправдывает, а преподносит как достижение редакции. Он утверждает (Таг.ГАРО.Р.604. Оп.1. Д.1. Л.54), что немецкие источники отличаются исключительной полнотой и правдивостью, в них мировые события освещаются без лишней тенденциозности и приукрашивания. «Большевистская печать на протяжении 24 лет преследовала одну цель: искажение истины и растление душ читателей. Печать нового порядка правильно отображает истинное положение вещей. В газете помещаются программные речи, а также оригинальные статьи,

написанные немецкими журналистами для «Нового слова» (Там же, л.54). Используя антитезу «лживая советская пресса – правдивая печать коллаборационистов и оккупантов», Кирсанов приходит к «логичному» утверждению, что «Новое слово» – первая за 22 года газета на русском языке, правильно и честно информирующая публику о мировых событиях (Там же, л.50).

Не декларируемое, а реальное предназначение издания – быть рупором фашистов – продиктовало соответствующую структуру редакции. Судя по архивным документам, в редакции трудилось 11 человек, но большинство из них не имели прямого отношения к корреспондентской работе. Основной упор коллаборационисты делали на два отдела: отдел пропаганды, отвечавший за распространение тиража, и отдел перевода, который работал с немецкими источниками и состоял из четырех профессиональных переводчиков.

В качестве одной из особенностей деятельности коллаборационистских газет в Ростовской области необходимо отметить отсутствие в штате профессиональных журналистов. В редакции «Нового слова» была только две ставки корреспондента, одна из которых на протяжении двух лет оставалась вакантной, о чем свидетельствуют регулярные объявления о приеме на работу «репортера, хорошо знакомого с газетной работой». Отметим также, что на протяжении всего периода существования «Нового слова» редакционный состав не менялся, что выделяет данную газету из ряда аналогичных изданий. Бессменным главным редактором газеты был Алексей Кирсанов – до революции преуспевающий промышленник и предприниматель, в советское время преследовался как бывший фабрикант, был полностью разорен, после тюрьмы не мог найти работу. В связи с этим он был одним из первых, кто пришел на работу к оккупантам (Таг.ГАРО.Р.604. Оп.1. Д.1. Л.57)

Известны фамилии еще нескольких сотрудников, однако более подробной информации о работниках редакции в архивах не сохранилось.

Несмотря на всестороннюю поддержку фашистских хозяев, коллаборационисты при выпуске своей периодики постоянно сталкивались с проблемами материально-технического характера. На них жалуется, в частности, Кирсанов в своих публикациях о жизни редакции. Нами было обнаружено три материала редактора, которые должны были продемонстрировать «открытость» «Нового слова» читателям. В них автор подробно объясняет, какую цель преследует издание, делится своими планами по поводу содержания и новых рубрик, рассказывает, какими информационными источниками пользуются сотрудники. И во всех трех материалах говорится о существующих трудностях и в первую очередь поднимается проблема увеличения тиража, объема и периодичности. «Ввиду крайнего недостатка бумаги, газета выходит на двух страницах. Благодаря своевременному переходу на печатание стереотипным способом удалось предотвратить закрытие газеты, использовав оберточную бумагу. Переход к более частому выходу задерживается из-за недостатка бумаги» (Новое слово, 13 июня 1942), – пишет Кирсанов в своей статье в июне 1942 г.

Проблему с материально-техническими ресурсами решить не удалось: газета до конца печаталась на оберточной бумаге. Это объясняется тем, что первоначальные типографские запасы были получены после захвата немцами здания местного издательства и центра выпуска подпольной партизанской прессы, где также находились запасы полиграфического сырья. Предполагалось, что впоследствии редакция «Нового слова» сможет воспользоваться продукцией бумажных фабрик рейхскомиссариата Украина, однако тяжелая военная обстановка вынудила издательство рассчитывать исключительно на свои силы.

Еще одной серьезной проблемой для издательства стали перебои с электричеством, которые часто случались во всех прифронтовых городах. В публикации от 11 августа 1942 г. Кирсанов сетовал, что из-за нехватки электричества газету нельзя выпускать чаще трех раз в неделю (Новое слово, 11 августа 1942). Чтобы сэкономить газетную площадь, было решено

размещать военные сводки компактно, сразу за несколько дней, а освободившуюся часть отдать другим материалам. Главный редактор надеялся, что газета все же будет выходить пять раз в неделю. Но увеличить периодичность выпуска газеты не удалось: в течение всех двух лет газета выходила три раза в неделю.

При создании городской газеты коллаборационисты учли, что читатели усваивают информацию в соответствии с выработанными стереотипами: были соблюдены принципы полиграфического оформления газеты, привычные для таганрожцев. Сохранить издательские традиции было достаточно легко, т.к. в распоряжении захватчиков оказалось все необходимое оборудование.

«Новое слово» выпускалось постоянным форматом А3, который в 1930-40-е гг. был типичен для советских городских газет. Текст набирался в четыре колонки, что также было традиционно для местных отечественных изданий того периода. Заголовочный комплекс печатался по единому стандарту и полностью воспроизводил «шапки» советских изданий. В первом номере название газеты «Новое слово» было набрано на ширину четырех колонок, в подзаголовке указывался тип издания и его административная принадлежность: «Городская газета. Орган Таганрогского городского управления». Ниже указывались календарные сведения, порядковый номер выпуска и цена.

В течение двух лет существования газеты «фирма» менялась несколько раз. Это свойственно всей коллаборационистской периодике, поскольку со временем в заголовочный комплекс стали добавляться немецкие элементы. С 20 августа 1942 г. название «Новое слово» дублировалось на немецком языке, что подчеркивало – захваченные территории СССР управляются Германией. В каждом номере на всех полосах размещался колонтитул с названием газеты и датой.

Выходные сведения набирались на последней странице: указывались адрес издательства, фамилии издателя и ответственного редактора. Здесь же

была помета цензуры «С разрешения ортскомендатуры». Позже в выходных данных печаталось: «U-2 Taganrog. Soderausgadbe fur die neu-befreite Gebiete». Таким образом, ко второму году выхода заглавие и выходные данные приобрели сходство не только с советскими газетами, но и с немецкими.

Сотрудники издательства использовали несколько традиционных для коллаборационистских изданий оформительских приемов, привлекающих внимание читателей и добавляющих экспрессии публикациям. По ширине четырех колонок набиралось несколько предложений, содержащих новость о победе немецкого оружия. Впервые на страницах «Нового слова» такой прием появился после штурма Севастополя 17 июня 1942 г.: «Штурм Севастополя. В оборонительной системе крепости взят форт «Сталин» (Новое слово, 17 июня 1942). Или «Форсирован Дон и взят Воронеж. Исключительный успех на море: из неприятельского каравана в 38 кораблей потоплено – 32» (Новое слово, 20 июня 1942).

В последних номерах газеты журналисты стали использовать врезки с цитатами из речей Гитлера, которые были традиционны для всех фашистских изданий. Они должны были распространить среди читателей основные идеи фюрера. Так, 1 января 1943 г. в газете дается врезка: «Бог никогда не помогает лентяям и тунеядцам. Он не помогает людям, не желающим самим себе помочь. Советский народ, помоги себе сам, тогда и господь тебя не оставит. Адольф Гитлер» (Новое слово, 1 января 1943). Врезка в каждом номере помещалась на первой полосе и выделялась черной рамкой.

Одним из самых эффективных методов привлечения внимания читателей служит изображение. В коллаборационистской газете «Новое слово» было два вида изображений: карикатуры и фотографии. Отдельного внимания заслуживают карикатуры, которые печатались один раз в неделю по субботам на второй полосе и занимали около 20% ее площади. Рисунок в этом жанре традиционно пользуется популярностью у читателей. Кроме того, предельная лаконичность изображений позволяет достичь большего, по

сравнению с фотоиллюстрацией, полиграфического качества даже при плохом типографском оборудовании.

Доподлинно установить авторство карикатур не удалось, поскольку в штате редакции «Нового слова» отсутствовал художник-карикатурист. Исходя из опыта аналогичных изданий, можно сделать вывод, что карикатуры являлись перепечатками из немецких изданий. Косвенным доказательством этой гипотезы служит тот факт, что тематика карикатур охватывает исключительно международную сферу. Так, первая карикатура, появившаяся в газете 24 июня 1942 г., акцентировала внимание читателей на победе японского оружия. На рисунке была изображена большая нога, которая сбрасывала с лестницы двух человек, а ниже шел текст: «Англичан и американцев выбрасывают японцы из Восточной Азии» (Новое слово, 24 июня 1942).

На рисунках чаще всего изображались главы стран-союзниц по антигитлеровской коалиции (Сталин, Рузвельт, Черчилль). Журналисты выбирали одну отрицательную черту врага и подавали ее гротескно. В частности, Сталин изображался тираном, исчадием ада, стремящимся уничтожить все живое на земле. Например, карикатура с заголовком «Сталин серпом отрезает голову девушке по имени «Европа» включала «цитату» самого генералиссимуса: «Итак, дорогая публика, представляю вам мисс Европу в моей обработке» (Новое слово, 25 апреля 1943).

Изображая Рузвельта, художники подчеркивали, что американский президент вступил в войну лишь из желания завладеть новой территорией. Поэтому в ноябре 1943 года одним из героев карикатуры становится супруга американского президента. Здесь также используется прием «прямой речи»: «Мадам Рузвельт снимает мерку с головы супруга. Она говорит:

- Дорогой, может быть, на обратном пути привезешь с собой корону Британской империи. Она, пожалуй, будет тебе к лицу!» (Новое слово, 4 ноября 1943). На широту империалистических замашек США намекает карикатура в одном из октябрьских номеров 1943 г. «Сидят два стервятника.

Первая птица: О! Здесь есть чем поживиться! Вторая птица: Здесь много простора на случай бегства». Подпись под карикатурой: «В Северную Африку прибыли эксперты США для изучения возможности эксплуатации страны» (Новое слово, 12 октября 1943).

Черчилль, по утверждению карикатуристов, присоединяясь к антигитлеровской коалиции, приведет свою страну к гибели. Например, на страницах газеты от 23 января 1943 г. изображен маленький толстый премьер-министр Великобритании, который пытается собрать раздробленную страну. Текст под рисунком: «Черчилль подбирает обломки Британской империи» (Новое слово, 23 января 1943).

Фотографии появились в газете за полгода до ее закрытия. Их размещали только на второй полосе выпусков выходного дня. Они не несли практически никакой информационной нагрузки и не отличались разнообразием. Жанровый спектр фотоиллюстрации ограничивался двумя видами: портретами немцев и изображениями боевой техники. Только один раз журналисты выпустили целый разворот с фотографиями под названием «В Германии и в Советах» (Новое слово, 15 июля 1943). Одна полоса была посвящена «счастливой жизни немецкого народа», о чем свидетельствовали портреты улыбающихся красивых немецких девушек, групповые снимки немецких детей, играющих в школе, и иллюстрации, на которых были изображены памятники архитектуры Германии. На второй полосе, посвященной Советскому Союзу, напечатаны фото разрушенных зданий, трупов, лежащих на улице, и групповые снимки советских военнопленных. Нельзя не отметить, что снимки были плохо различимы на полосе из-за низкого качества бумаги и полиграфии.

Система постоянных рубрик городской газеты Таганрога была идентична той, которой придерживались коллаборационистские издания в других регионах. Это говорит о том, что информационная политика пособников фашистов строилась по единому шаблону, заданному немецкими



хозяевами. По тематическому признаку все рубрики можно разделить на три блока: военная информация, политическая и местная.

Военная информация подавалась под постоянными рубриками «Из главной квартиры Фюрера», «В последний час», «Подробности боев», «Правительственное сообщение», «На фронтах Дальнего востока». Они располагались на первой полосе и содержали сообщения, переданные немецкими информационными агентствами. Рубрики «В последний час», «Подробности боев» были посвящены исключительно победам немецкого и японского оружия на территории СССР и стран-союзников.

В группу разделов, посвященных политической истории, входили нерегулярные рубрики «Немного истории», «Кто правит Советской Россией», «Россия до Октябрьской революции», «Люди Сталинского окружения», «Рыцари Германского народа». Сплошной анализ номеров «Нового слова» показал, что каждая из этих рубрик появлялась на полосах не чаще пяти раз за весь период существования издания и имела свое постоянное место на полосе. С их помощью выделялись материалы, призванные разоблачить Сталина и его соратников или убедить читателей в развале России большевиками после прихода к власти.

Под темы городской жизни отводилось три рубрики: «Местная хроника», «Распоряжения бургомистра» и «Объявления». Только первая из них содержала журналистскую информацию об открытии музеев и церквей, работе школ, предприятий и заводов. В подаче местной информации была тенденция не группировать все материалы по рубрикам, а давать часть из них отдельно друг от друга. Городские новости выходили в каждом номере, но им отводилось всего 2/3 второй полосы газеты. Таким образом, выпуски в целом имели слабую привязку к жизни города.

### **3.2. Трансформация проблемно-тематического комплекса «Нового слова» в контексте военных событий**

Изучив большой массив эмпирического материала, мы смогли выделить в деятельности городской коллаборационистской газеты «Новое слово» три периода: 23 декабря 1941 г. – 16 мая 1942 г., 16 мая 1942 г. – 19 ноября 1942 г., 19 ноября 1942 г. – 28 августа 1943 г. Основой для периодизации послужила выявленная нами трансформация информационно-тематических приоритетов в деятельности редакции.

*Первый этап* начинается с 23 декабря 1941 г., когда газета вышла в свет, и заканчивается 16 мая 1942 г. – датой публикации первого материала о сражениях на территории СССР. Этот период ознаменован отступлением Красной Армии. Враг быстро захватывает новые регионы, разворачивается партизанская война. Первое крупное поражение противника состоялось под Москвой, что привело к срыву плана молниеносной войны. После этого советские войска нанесли ряд мощных ударов врагу. В целом первые пять месяцев Великой Отечественной войны можно охарактеризовать как время неустойчивого равновесия.

Главной особенностью коллаборационистской печати этого периода стало полное отсутствие информации о боевых действиях на территории СССР. По Восточному фронту была распространена директива Геббельса, содержащая следующие рекомендации по цензуре текстов: «Никакой информации о боях на Восточном фронте не допускается. Необходимо тщательное наблюдение над тем, чтобы газеты сами не стали средством передачи сведений чужим агентам» [Малышев 2001, с.71]. Строго следуя этой инструкции, газета держала жителей Таганрога в информационном вакууме: горожане не знали, что происходит на фронте, где на данный момент ведутся боевые действия. Это значительно упрощало процесс манипулирования общественным мнением. Как отмечают специалисты, ценность информации в глазах человека существенно увеличивается, если

она становится недоступной [Чалдини 2001, с. 75]. Во время информационной блокады аудитория обращает внимание на любое предъявляемое сообщение, при этом уровень критичности снижается. А некритичность восприятия, по мнению В. Бехтерева, является главным условием психологического внушения [Бехтерев 2000, с. 35]. Таким образом, скрывая от людей жизненно важные для них сведения, коллаборационистская печать готовила поле для дезинформации, для внедрения в массовое сознание «правильных» идей об особой миссии фашистской Германии и благах жизни при новом порядке.

Согласно декрету, изданному фюрером в 1941 г., на оккупированных территориях фашисты собирались изъять все продовольствие, тем самым уготовив населению голодную смерть, а освободившиеся земли занять переселенцами-колонистами [Доронина 2005, с. 145]. Но об этих истинных планах в издании не сообщалось ни слова. Напротив, в течение всего первого периода со страниц газеты не сходит тема «освободительной» борьбы немецкого народа с коммунизмом. Население оккупированных территорий должно было поверить, что Германия искренне обеспокоена положением дел в СССР и, заботясь о простых людях, поможет им свергнуть тирана. «В советском раю сейчас осуществлено все самое ужасное, что когда-либо было создано рабством на этом свете. Над всем этим несчастьем царит произвол комиссаров на 90% жидовского происхождения. Германский народ всячески стремится помочь населению на занятых им территориях, дабы сделать его жизнь лучше», – пишет автор «Нового слова» (Новое слово, 27 декабря 1941).

Второй по интенсивности разработки темой становятся оправдание нападения фашистов на СССР. При этом коллаборационисты всеми способами стремятся представить Германию в виде защитницы мира, а Советский Союз и Польшу как зачинщиков войны. По их утверждениям, «истинные виновники войны – СССР и Польша – сознательно искали войны с Германией» (Новое слово, 10 ноября 1942). Немцы предстают в

публикациях не агрессорами, а защищающимися, народом, который имеет право претендовать на природные ресурсы других стран. «Всем понятна великая цель Германии: в результате теперешней борьбы навсегда избавить Европу от опасности Востока и одновременно поставить этот Восток с его безмерным плодородием на службу Европе, навсегда исключить возможность его мобилизации против нас», – говорится на страницах коллаборационистского издания (Новое слово, 27 декабря 1941). Нельзя не отметить отсутствие во всех подобных текстах какой-либо убедительной аргументации, фактов, доказывающих намерения СССР напасть на Германию.

Такие же голословные утверждения характерны для текстов, целью которых является оправдание действий союзника фашистской Германии – Японии. Например, 27 декабря 1941 г. в газете выходит материал с заголовком «Кто бросил перчатку?», в котором разъясняется, почему Япония «вынуждена» проявить агрессию против других стран. «Япония должна была быть слепой и глухой, чтобы не заметить грозящей ей опасности. Она должна была ударить первой, чтобы самой не подвергнуться уничтожающему удару» (Новое слово, 27 декабря 1941). Таким образом, источником зла во всех публикациях выступал исключительно Советский Союз.

В подтверждение своих слов коллаборационисты охотно цитировали материалы зарубежной прессы, в которых подчеркивалось, что СССР утратил поддержку иностранных государств. Не дается никаких сообщений о возможности открытия Второго фронта, о том, что в палате общин в Англии обсуждается вопрос о помощи СССР [113, с. 67]. Тексты о многочисленных победах нацистов на территории колоний Англии и США («100 британских судов обречено на гибель» (Новое слово, 20 января 1942), «Японцами потоплено 30 неприятельских кораблей» (Новое слово, 28 января 1942), «Индусы перебегают к японцам» (Новое слово, 3 февраля 1942), «1600 воздушных побед в небе над Африкой» (Новое слово, 13 февраля 1942.)), а

также зарисовки о политических деятелях этих стран должны были убедить читателей в том, что СССР не стоит рассчитывать на чью-либо поддержку.

Коллаборационисты многократно повторяют мысль о том, что Черчилль и Рузвельт не в состоянии спасти советскую страну, поскольку не могут помочь даже своим народам. Кроме того, по утверждению газеты, руководители Великобритании, США и СССР никогда не объединятся в борьбе с фашизмом, поскольку каждый исходит только из своих интересов. 11 марта 1942 г. журналисты «Нового слова» сравнили Рузвельта с насекомым: «Как паук, сидит прожженный гангстер Рузвельт, угадавший час гибели британской мировой державы и хладнокровно использующий ее затруднения» (Новое слово, 11 марта 1942). Черчилля журналисты показывают неудачником, о чем свидетельствуют следующие материалы: «Продолжавшееся сотни лет дело собирания и построения империи единственный человек Черчилль проигрывает в немногие годы» (Новое слово, 21 марта 1942), «Черчилль является величайшим мошенником и политическим обманщиком всех времен. Своему народу он может предложить лишь пот, слезы и кровь» (Новое слово, 18 марта 1942). Из этих слов читатель должен был сделать вывод, что СССР, оставшись в одиночестве в своей борьбе с Германией, неизбежно проиграет.

Еще один важный для нацистской пропаганды тезис, который активно используется коллаборационистами: советский народ слишком дик, чтобы самостоятельно управлять своей территорией, поэтому ему должна помочь «великая культурная нация». В текстах практически не встречается уничижительных отзывов о русском народе, а его отсталость объясняется коммунистическим политическим строем. Превосходство немецкой нации должно признаваться априори. Так, Кирсанов в своем открытом письме к читателям пишет: «Мы свободны! Теперь мы должны доказать, что благородная германская кровь не напрасно пролилась, что мы действительно люди, хотя и повергнутые морально большевиками» (Новое слово, 27 декабря 1941). При этом не отрицалось, что у жителей города есть

серьезные пробелы в воспитании, но появились они, по словам авторов коллаборационистской газеты, именно в результате действий прежней власти. «Комендант города обратился к бургомистру с письмом, в котором обратил внимание на участвовавшие случаи невежливости по отношению к представителям германской армии. Письмо – это свидетельство о варварстве и невоспитанности многих граждан. Постыдному наследству большевиков – грубости и хамству – должен быть положен конец!» (Новое слово, 3 января 1942).

Из номера в номер подчеркивалось, что фашисты создадут на оккупированных территориях «новый порядок», который будет лучше, чем при советской власти. «Немцы приняли на себя обязательство и жертвы предоставить горожанам необходимую помощь и восстановить их разоренное большевиками хозяйство» (Новое слово, 21 марта 1942). Однако «новому порядку» мешают партизаны.

В первые месяцы оккупации в Таганроге действовало сильное подполье: отряды Семена Морозова и Василия Афонова вели серьезную пропагандистскую работу (печатали и распространяли листовки) и диверсионную деятельность. В этот период в коллаборационистской газете стали регулярно появляться материалы, в которых партизаны и подпольщики описывались как преступники, мешающие строительству лучшей жизни. «Бежавшим военным верховодцам удалось найти преступников, которые подвизываются в занятых местностях как партизаны. Уничтожайте преступников! Это в ваших интересах и интересах ваших детей» (Новое слово, 7 марта 1942). Отметим, что частота выхода подобных материалов в свет была напрямую связана с проведением подпольщиками антифашистских мероприятий.

В этот период особняком стоит тема Октябрьской революции, которая тесно увязана с темой антисемитизма. Коллаборационисты подготовили и опубликовали серию из 5 материалов под названием «Россия до октябрьской революции», в которой описывалась счастливая жизнь народа до прихода

«жидов». Евреи объявлялись виновниками всех несчастий, поэтому их следовало уничтожать: «Революция – это звезда еврея, которая превращала мрак над головами израильтян в свет, и которая будет еще превращать... Рабочий только переменял своих господ – он сделался рабом жидовской эксплуатации» (Новое слово, 18 марта 1942). В материалах утверждалось, что вина еврейства не нуждается в доказательстве, поскольку «все о ней знают». Следуя документу С-26, «Новое слово» не давало никаких сообщений о массовых расстрелах еврейского населения в Таганроге и пригородах. Более того, редакция утверждала, что «население чувствует себя хорошо под немецкой защитой, а отдельные факты поджогов и разграблений домов некоторых горожан связываются с действиями советской власти» (Там же). Если на первом этапе работы редакция стремилась вызвать у читателей положительные чувства по отношению к завоевателям и разъяснить необходимость войны, то на втором – укрепить веру в бесперспективность борьбы с нацистами.

*Второй период* (16 мая 1942 г. – 19 ноября 1942 г.) деятельности изучаемой газеты начинается с 16 мая 1942 г, когда в свет вышел первый материал о боях на территории Советского Союза. Ведущей темой этого этапа становится неизбежная победа немецкой армии над СССР, в связи с чем газетные полосы заполняются многочисленными материалами о потерях Советского Союза. Подобная информация должна была убедить аудиторию в бессмысленности сопротивления великой Германии.

Как правило, схема подачи материалов о значимых завоеваниях фашистов (в Харькове, Керчи, Севастополе, Воронеже, Ставрополе, Краснодаре, Ростове-на-Дону) использовалась одна и та же. Психологическая обработка аудитории осуществлялась разными методами в несколько этапов [Крысько 1999, с. 56]. Первый важный шаг – эффектное предъявление сообщения целевой аудитории. Каждая новость об успешном сражении подавалась на страницах «Нового слова» броско – на ширину четырех колонок набиралось одно короткое предложение: «Керчь взята» (Новое

слово, 20 мая 1942) или «Танковое сражение в районе Харькова» (Новое слово, 15 мая 1942). Такой принцип верстки и оформления важной информации позволял решить несколько задач: благодаря броскости подачи читатели обязательно заметят информацию, благодаря краткости усвоят ее.

В следующем номере обязательно размещались сообщения из ставки фюрера, которые подтверждали и детализировали новость: «Преследование разбитого под Керчью врага» (Новое слово, 20 мая 1942), «Гигантское сражение под Харьковом закончено. Уничтожено три советские армии. Взято или уничтожено 1299 танков, 2026 орудий, 539 самолетов и огромное количество военного материала» (Новое слово, 18 мая 1942). Постоянный компонент сообщений – данные о количестве пленных: «Гигантские битвы окружения вокруг Харькова завершаются. До сих пор взято пленных 165.000» (Новое слово, 30 мая 1942). Следующий шаг – развитие темы главной новости в публикациях о значении и последствиях события: например, об атмосфере в Красной Армии («Растерянность и паника среди окруженных советских войск» (Новое слово, 3 июня 1942), о реакции мировой общественности («В Англии признали триумф немецкого оружия под Керчью» (Новое слово, 20 мая 1942)).

Ради достижения пропагандистской цели коллаборационисты часто выдавали желаемое за действительное. Так, Керчь пала только 21 мая 1942 г., а газета сообщила о крупной немецкой победе еще 20 мая. Подобная практика «предвосхищения» событий использовалась коллаборационистами регулярно.

Информация о военнопленных публиковались как вместе с материалами о захваченных городах, так и отдельно. В каждом номере на первой полосе в четыре колонки набирался текст с указанием количества взятых за день советских военнопленных. Например, «150 000 пленных на Керченском полуострове. Уничтожено три советские армии» (Новое слово, 23 мая 1942). Под такими сообщениями размещались либо письма военнопленных, либо репортажи из лагерей для военнопленных, которые



должны были убедить читателей в том, что лучше не сопротивляться захватчикам, а сдаться и получить достойные условия существования.

Все письма были написаны по одному шаблону: авторы утверждали, что плен – лучшее время в их жизни, что до этого они были рабами жидов, а теперь стали свободными людьми, что только в лагере они поняли смысл жизни, а помог им в этом великий немецкий народ. Письма написаны доверительным тоном с использованием разговорной лексики, хорошо понятной массовому читателю. Но анонимность текстов (имя советского бойца не указывалось, сообщалось только место взятия его в плен) не могла не вызывать сомнения в их подлинности.

В заметках и репортажах из лагерей также не содержалось никакой конкретной информации. В репортаже военного корреспондента, фамилия которого не указана, написано: «Сейчас они могут думать свободно, а если собрать все написанное военнопленными, то получится обвинительный акт советской власти за голод, за растление религии, за тысячи сосланных и расстрелянных» (Новое слово, 6 мая 1942).

Все эти приемы должны были подвести читателей к выводу о бесперспективности борьбы с немцами и необходимости поддержки нацистской власти. Поэтому во второй период деятельности коллаборационистского издания в каждом номере печатается полоса с материалами о «новом порядке» в Таганроге. «Новое слово» подчеркивает, что, заняв город, немцы сразу стали налаживать его жизнеобеспечение. На четвертой полосе регулярно публикуются распоряжения бургомистра, касающиеся быта горожан: о комендантском часе, о карточках на хлеб, о маршрутах транспорта, о выгуле собак и т.д. В издании постоянно размещаются материалы о восстановлении заводов, школ и больниц, открытии библиотеки, курсов немецкого языка, училища. Подобные сообщения должны были привести читателей к «правильному» выводу: культурная и социальная жизнь Таганрога под руководством германского командования «достигла полного развития» (Новое слово, 27 июня 1942).

Настойчивые уверения читателей в благоприятном влиянии оккупационной власти на развитие экономики и социальной жизни города наиболее характерны для летних месяцев 1942 г.

Апофеозом развития темы «хороших немцев» стал выпуск газеты «Новое слово» от 27 июня 1942 г. В благодарность оккупантам коллаборационисты подготовили специальный номер на 8 полосах, целиком посвященных годовщине «освобождения» Таганрога. В качестве авторов этого номера впервые выступили не только сотрудники редакции, но и жители города. На страницах газеты были размещены стихи и многочисленные письма «благодарных таганрожцев». Так, от имени некоей Лилии (фамилия не указана) напечатано стихотворение, в котором утверждается: «И Таганрог вздохнул освобожденный

В тот теплый вечер Октября» (Новое слово, 17 октября 1942).

Примечательно, что «Новое слово» регулярно выпускало литературную страницу, но исключительно с образцами немецкой поэзии и прозы. Это был первый опыт представления «творчества» местных жителей.

Две полные полосы праздничного номера заняли тексты в жанре писем читателей, которые были призваны показать благосклонное отношение таганрожцев к оккупантам. Например, в письме от имени горожанина Акинцева содержится такой текст: «В этот знаменательный день жители города шлют привет героям легиона СС, освободившего Таганрог. Слава великому германскому народу!» (Новое слово, 17 октября 1942). Установить доподлинно, были это реальные или выдуманные авторы, не представляется возможным. Отметим, что ранее на страницах газеты печатались только открытые письма главного редактора или штатных сотрудников, письма «от рядовых читателей» были использованы в качестве метода пропаганды впервые.

Сотрудники редакции для специального номера подготовили обзор того, что было сделано новыми властями за год: «Таганрогские заводы, жестоко израненные большевиками при бегстве, начинают оживать. В городе

с большим успехом функционируют театры, кино, музеи. Воскресла религиозная жизнь» (Новое слово, 17 октября 1942). Приведенные в редакционном обзоре примеры в совокупности с восторженными словоизлияниями «обычных таганрожцев» должны были создать исключительно позитивную картину жизни города при фашистах.

Важной составной частью пропаганды преимуществ немецкого «нового порядка» являлась тема возрождения религии. Атеистическая политика, ставшая официальным курсом советского государства, нанесла огромный ущерб русской православной церкви. С началом войны в нашей стране произошел значительный всплеск религиозной жизни, вызванный тяжелым военным положением: в церкви люди находили спасение от тягот и бедствий. Поэтому коллаборационисты были уверены, что действия оккупационных властей, способствовавших возрождению религиозной жизни в Таганроге, встретят со стороны горожан благожелательный отклик.

На страницах «Нового слова» постоянно подчеркивалось уважительное отношение немцев к религии. Газета регулярно публикует материалы об открытии церквей и праздновании православных праздников. В частности, в номере от 1 сентября 1942 г. сообщалось: «Состоялось освящение храма в Таганроге. При большевиках старейший храм города, основанный еще при Петре I, был хищнически разграблен. В открытии храмов проявляется гуманность немецкого народа» (Новое слово, 1 сентября 1942). Нельзя не отметить, что даже в таком коротком тексте новость сопровождается пропагандистским комментарием с обязательной антитезой «плохие большевики – хорошие немцы».

Отдельного рассмотрения заслуживают публикации «Нового слова», посвященные Сталинградской битве – сражению, ставшему переломным в ходе Второй мировой войны. Анализ текстов одной сквозной темы позволяет выявить трансформацию пропагандистских подходов и методов ее освещения в зависимости от конкретно-исторической ситуации.

26 сентября 1942 г. на первой полосе «Нового слова» была броско подана информация «В аду Сталинграда». С этой публикации тема битвы на Волге становится в газете постоянной. Во всех первых материалах подчеркивалась уникальность сражения, его важность для дальнейшего развития военных действий. Авторы текстов подбирают только положительные для немцев факты и такие аргументы, которые должны убедить в неизбежности победы нацистов. В частности, 3 октября 1942 г. военный корреспондент описывает ситуацию в городе на Волге следующим образом: «Дом за домом, квартал за кварталом переходит в наши руки. Потери врага ужасны. Ясно, что судьба Сталинграда решена» (Новое слово, 3 октября 1942). Так, рассказывая о боевых действиях в городе на Волге, коллаборационисты используют хорошо апробированный ими прием – предвосхищение событий.

В номере от 20 октября «Новое слово» продолжает уверять: «На продвижении немецких войск Советы смогли ответить лишь безрезультатными атаками» (Новое слово, 20 октября 1942). 24 октября редакция прибегает к откровенной дезинформации, поспешив «похоронить» город: «Сталинград исчез. Город, носивший имя большевика-диктатора, исчез с лица земли» (Новое слово, 24 октября 1942).

Буквально через несколько дней после публикации этой победной репортажи «Новое слово» начинает менять подходы к освещению темы. Чем больше немцы проигрывали в битве, тем меньше становилось победного пафоса в текстах, сокращалось количество материалов и их объем: информация о Сталинграде составляет теперь всего 5-6 строк. В публикациях нет никаких подробностей, вместо них появляется формулировка: «В Сталинграде продолжается местная боевая деятельность» (Новое слово, 12 ноября 1942). После 19 ноября сообщения о боях в городе на Волге в газете вообще перестали печататься.

Таким образом, на примере текстов о Сталинградской битве, опубликованных в «Новом слове» в сентябре-ноябре 1942 г., наглядно

прослеживается процесс манипулирования информационным потоком. Начав с «раздувания» темы, редакция вскоре переходит к ее дозированию, а затем и полному замалчиванию. Весь спектр пропагандистских приемов – отбор только выгодных новостей, использование непроверенных фактов, их «додумывание», фабрикация прямой лжи – нацелен на подавление воли советских людей и господство над ними.

*Третий этап* функционирования газеты приходится на 19 ноября 1942 г. – 28 августа 1943 г. Этот период в исторической науке принято называть «коренным переломом» в ходе Великой Отечественной войны. Традиционно он связывается с победой Красной Армии в Сталинградской битве и началом освобождения страны.

Для третьего периода деятельности газеты «Новое слово» характерно отсутствие каких-либо сообщений о боях с Красной Армией, что связано с поражениями немцев почти на всех фронтах: с 19 ноября 1942 г. не вышла ни одна информация о сражениях на территории нашей страны.

Однако жители Таганрога больше не находились в информационном вакууме: осенью 1942 г. в городе активизировались партизаны и подпольщики, которые распространяли листовки с информацией о победах Красной Армии. Большую роль в налаживании печатной пропаганды на оккупированной территории сыграл приказ Народного Комиссариата Оборона от 5 сентября 1942 года «О задачах партизанского движения». Теперь группы, забрасываемые в тыл врага, снабжались походными типографиями с запасами бумаги и краски [Малышев 2001, с. 79]. Всего за годы оккупации Таганрога было распространено более 4 тысяч сводок Совинформбюро и около 1500 воззваний и обращений к населению Таганрога и близлежащих сел [Гриднев 1976, с. 159]. В связи с этим одной из основных функций коллаборационистской газеты становится контрпропагандистская.

Редакция пытается создать у читателей впечатление, что партизаны и подпольщики не имеют поддержки среди жителей города. Так, в недельном

обзоре управления полиции Таганрога с 22 по 29 мая 1943 г. сообщается, что «населению известно о раскрытии партизанской организации, что отношение к членам этой организации враждебное, и их называют бандитами» (Таг.ГАРО. Р .619, Оп.2, Д.211, Л.42.). По настоянию немецких властей на страницах газеты регулярно публиковались объявления: «Помните! За чтение и распространение большевистских листовок – расстрел на месте!» (Таг.ГАРО. Р .619, Оп.2, Д.211, Л.42.). Однако полицейские меры не давали желаемого результата, и в городе все больше стали говорить о победе советского оружия. «Новое слово» пытается опровергать слухи о поражениях немцев. Не желая признавать очевидного, газета упорно настаивает: «Враждебно настроенные элементы распространяют в Таганроге слухи, будто бы Советы выигрывают. Ложь!» (Новое слово, 16 июня 1943). Информационная картина дня, которая создается коллаборационистами, все больше отходит от реальности. При этом во лжи обвиняется противник: «Чем безнадежнее становятся дела большевиков, тем в более тонкие хитрости пускаются они, чтобы обмануть население. Устраивают опереточные постановки и военные парады. Граждане, не верьте, вас снова обманывают!» (Новое слово, 18 февраля 1943) .

По указанию отдела пропаганды редакция публикует серию материалов о прекрасной жизни в Германии. Геббельс в одном из своих декретов писал, что журналистам необходимо познакомить освобожденных жителей с жизнью Великой Германии, откуда к ним пришел этот храбрый, чистый, культурный и привлекательный солдат [Орлов 1975, с. 24]. Из номера в номер под рубрикой «В Великой Германии» на страницах «Нового слова» печатались материалы, написанные в соответствии с данными указаниями. Чаще всего это были пропагандистские статьи об успешной социальной политике фюрера, позволившей немецкой нации прийти к лучшей жизни: «Женщина в Германии делает только ту работу, которая ей под силу. Женщине открыты все пути к образованию, ей оказывают помощь различными советами, когда она должна выбрать себе профессию» (Новое

слово, 18 января 1943). Очерки о культуре и истории Германии также носили откровенно пропагандистский характер. «Земным раем» называли коллаборационисты жизнь советских людей, угнанных на работы в Германию, в газете помещались фотографии советских граждан на немецких заводах и фабриках. С началом отступления немецких войск на страницах «Нового слова» появляются зарисовки об особо отличившихся солдатах Вермахта. В каждом номере на второй полосе под специально введенной рубрикой «Рыцари германского народа» публикуется текст о немце-герое. «Фюрер пожаловал Железный крест первой степени летчице Ганне Рейч. Она является первой немецкой женщиной, удостоившейся такой чести» (Новое слово, 12 января 1943), – с гордостью сообщает «важную» для таганрожцев новость автор. Очевидно, такие публикации должны были поддерживать миф о величии арийской расы в ситуации, когда о военных достижениях писать было нечего.

Все дальше и дальше журналисты уходят от темы войны и рассуждают о преимуществах немецкой нации, что косвенно свидетельствовало об ухудшении для Германии ситуации на фронтах. В последний раз газета увидела свет 28 августа 1943 г. Выпускался этот номер уже в прямом смысле слова под пулями: 27 августа в Таганрог вступили советские войска и начались ожесточенные бои на улицах. Полностью город был освобожден 30 августа 1943 г. Последний номер городской коллаборационистской газеты вышел на двух полосах и содержал в основном краткую международную информацию. Свидетельством неприкрытой тенденциозности в отборе новостей могут служить заголовки: «Германская авиация успешно поддерживает свои войска», «Громадные потери американцев у Соломановых островов», «В Англии не хватает рабочих» и т.п. (Новое слово, 28 августа 1943). О том, что советские войска близки к освобождению Таганрога, не говорилось ни слова.

### 3.3. Жанровые формы и языковые методы подачи информации

Функции и цели коллаборационистского издания продиктовали выбор жанровых форм газетных материалов. Как писал редактор газеты Кирсанов, «печать нового порядка должна правильно отображать истинное положение дел» (Таг.ГАРО.Р.604.Оп. 1.Д.1. Л.5.). «Правильность» означала создание информационной картины происходящего в выгодном для нацистов свете. Немецкие руководители пропагандой настаивали на краткости изложения материала, чтобы усилить эффект убеждения и не сообщить лишнего сведений о положении на фронтах. Это привело к преобладанию информационных жанров на страницах газеты (90% от всех публикаций).

Ведущим жанром стала заметка (80%), краткая форма которой позволяла в совокупности охватить большое количество важных событий. При подготовке заметки особое значение приобретает работа автора с информацией и прежде всего отбор фактов, с помощью которых осуществляется воздействие на читателя. В коллаборационистской газете фиксировались только положительные для немцев факты, сообщалось только о боях, в которых немецкое оружие одерживало «сокрушительную победу» над Красной Армией. Факты о своих поражениях нацисты полностью замалчивали.

В каждом номере «Нового слова» на первой полосе печаталась рубрика «Из главной квартиры Фюрера», представляющая собой подборку хроникальных заметок о ситуации на фронтах. Эти тексты содержали от 1 до 3 предложений, в которых сообщалось о конкретном событии и приводились подробные цифровые данные. Например, в номере от 6 июня 1942 г. говорится: «Германские войска перешли в наступление. На Керченском полуострове взято 40.000 пленных, 598 орудий, 197 танков и сбито 260 самолетов. Ожесточенные бои в Северной Африке. Взято 5.000 пленных, уничтожено 451 британский танк и 177 орудий. Большой успех немецкого флота на море. Потоплено 170 английских кораблей» (Новое слово, 6 июня 1942).



Подборки формировались по одной схеме: первой была информация о боях на юге СССР, затем радиус новостного охвата расширялся до всей территории СССР, далее ставились сообщения о сражениях в колониях и против союзников по антигитлеровской коалиции. Таким образом, создавалась иллюзия информационной насыщенности издания. Тексты хроникальных заметок предоставляли военное ведомство Германии и информационные агентства, коллаборационистам необходимо было только точно перевести их.

Жанровые формы классической и расширенной заметки использовались при освещении более разнообразной тематики, в частности местных событий. Тексты отвечали на традиционные вопросы «Что?», «Где?», «Когда?», иногда дополнялись подробностями о том, как и почему это произошло, но никогда не включали комментариев официальных или гражданских лиц.

Раз в две недели на страницах издания появлялись репортажи, темами которых становились знаковые для нацистов события. Особого внимания заслуживают репортажи военного корреспондента немца Эриха Керимайра, под чьими материалами всегда стояла пометка «Специально для газеты «Новое слово»». Немецкий журналист делал военные репортажи с поля боя, но его материалам не хватало фактологической основы: не указывалось место сражения, какие части принимали участие в бою, сколько было ранено и убито, кто одержал победу. Керимайр отбирал эпизоды, показывающие немцев только с лучшей стороны, а советских солдат – с худшей. Автор в красках описывает трусость русских, которые бегут с поля боя, и благородство немцев, спасающих раненных солдат противника. Все должно было убедить читателя в неизбежности победы Германии. Так, в репортаже под названием «Единственный выход – «руки вверх»» Эрих Керимайр пишет: «Лейтенант Михаил П., взятый в плен, показал: «Настроение у нас отчаянное. Мы готовы сдать. Резервы никуда не годятся»» (Новое слово, 5 августа 1942). Тексты были похожи один на другой, чего не может быть в

столь «живом» жанре, как репортаж, и что свидетельствует о заданном шаблоне.

Аналитические жанры в «Новом слове» были представлены статьей и письмом. Статьи размещались на второй полосе, в отличие от передовой статьи в советских газетах. В большинстве случаев материалы написаны Кирсановым и комментировали происходящее либо были посвящены ближайшему будущему оккупированных территорий: «О подъеме городского хозяйства», «Что же дальше?», «Жизнь по-новому?» В заголовке материала часто ставился вопрос, на который в тексте автор якобы искал ответ. Аргументация, которая должна строиться на обращении к разуму, чувствам и авторитету [Ивин 2002, с. 53], в «Новом слове» была сведена к минимуму. Коллаборационисты пытались воздействовать только на чувства: «Твердый порядок установился везде, куда прибыл немецкий солдат. Там, где находится немецкий солдат, нет места несправедливости и необеспеченности завтрашнего дня. Работы будет столько, что не хватит рабочих рук. Вот ваш будущий мир!» (Новое слово, 31 декабря 1941). Декларативность и голословность утверждений, отсутствие даже видимости системного анализа проблемы, представленность только одной точки зрения – все это позволяет говорить о жанре статьи на страницах «Нового слова» лишь условно.

Особое место на страницах газеты занимали корреспонденции на международную тематику. Все они строились по единому шаблону: авторы подбирали в произвольном порядке факты, неприятные для стран-союзников по антигитлеровской коалиции, а затем делали вывод, что немецкая армия непобедима. «Вся политическая деятельность США направлена к тому, чтобы вовлечь американский народ в войну в интересах капиталистов и жидов. Поэтому Великая Германия и одержит победу!» (Новое слово, 23 декабря 1941), – пишет автор материала «Где же помощь Америки Сталину?», опубликованного в декабре 1941 г. Подобные тексты можно отнести к жанру корреспонденции только по формальным признакам. С точки зрения содержательной они не соответствуют ни информационной

(скудность фактуры), ни аналитической (отсутствие анализа как такового) разновидностям корреспонденции.

Публиковались на страницах таганрогской газеты и письма читателей, а также главного редактора. Открытые письма главного редактора Алексея Кирсанова отличались особенной эмоциональностью. За два года существования газеты было опубликовано четыре его письма: два посвящены работе газеты, два – установившемуся порядку в городе. Кирсанов стремился найти единомышленников среди читателей, разъяснить им преимущества немецкого правления. При этом автор всячески подчеркивает «дремучесть» таганрожцев, которым может помочь только великая культурная нация немцев. Обращение к данному жанру связано с необходимостью немедленно вмешаться в ход дела.

Так называемые, письма читателей, написанные по одному шаблону, рассказывали о быте военнопленных и угнанных в Германию. В этих материалах «жители» благодарили судьбу за то, что они попали в плен или были угнаны, так как смогли приобщиться к великой культуре. Газета помещала целые подборки подобных писем. Типичным примером может служить текст, напечатанный от имени жительницы Таганрога в марте 1943 г.: «Город прекрасный, погода великолепная. Работаю переводчицей и очень благодарна нашей освободительнице Германии за заботу, которую она проявляет по отношению ко мне. Имеем все: все казенное, начиная от одежды, заканчивая обувью» (Новое слово, 18 марта 1943).

Художественно-публицистические жанры в издании были представлены зарисовками трех видов: событийными, историческими и портретными. Портретные посвящались лидерам Германии и СССР. «Раскрывая» духовный мир советских руководителей и военачальников, авторы отбирали их исключительно отрицательные черты либо придумывали несуществующие. Лидерам СССР приписывалась поистине «нечеловеческая сущность». «Сталин – организатор разбойничьей банды, убивающей и грабящей среди белого дня в русских городах. Этот

кровожадный тиран, этот зверь в образе человека является величайшим несчастьем для России и колоссальной опасностью для Европы», – пишет автор материала «Великий ублюдок Сталин» (Новое слово, 29 апреля 1942).

Немецкие лидеры представляли перед читателями идеальными людьми, сделавшими себя сами. Они прошли через многие испытания, но не сломались, не озлобились, а сохранили желание помогать другим народам. «Молодой летчик Геринг переходит на взлетную площадку политики... Три года Геринг проводит в изгнании, в нужде и бедности. Но твердая вера в будущее поддерживает его. Под влиянием его энергичного характера, ясности взглядов и твердой воли подпадают все. «Я солдат, – заявляет он, – и убедился на опыте, что ошибки в выборе средств не так чреватые последствиями, как бездействие и боязнь определить эти средства и меры» (Новое слово, 16 марта 1943).

Историческая зарисовка посвящалась одной из стран, участвующей в войне. Рассказ шел по схеме: местоположение страны, ее союзники на континенте, отношение к Германии, чем Германия может помочь этой стране. Подобным образом газета познакомила читателей, например, с Турцией в публикации «Турция и континент» (Новое слово, 11 июля 1942), с Сирией в материале «Сирия – призрачное царство де Голля» (Новое слово, 29 июля 1942).

Все тексты коллаборационистской газеты, независимо от жанра, отличались откровенной тенденциозностью, скупостью фактуры, шаблонностью. Авторы публикаций не заботились о богатстве формы, они стремились донести фашистские идеи до читателей в максимально доходчивом и открытом виде. Этому способствовал соответствующий язык и стиль «Нового слова».

Американский политик Р. Драйкан заметил, что в годы войны «язык является не просто средством, пользуясь которым мы говорим о политике, он и есть наша политика» [Болинджер 2008, с. 27]. По этой причине коллаборационисты уделяли большое внимание языку газетных текстов. Для

исследования вербального воздействия публикаций коллаборационистской газеты мы использовали схему анализа, предложенную специалистом в области языкового манипулирования преподавателем МГУ А.А. Даниловой [Данилова 2011, с. 45].

Изучение газеты «Новое слово» показало, что на лексику публикаций влиял целый ряд факторов. Так, централизованная информационная политика приводила к тому, что многие тексты в издании были переводными. Качество переводного текста зависело от знаний и навыков местных переводчиков, и во многом именно они создавали «языковой» образ газеты. Изучив материалы, мы пришли к выводу, что переводчики обладали неплохой филологической подготовкой, поскольку смогли при переводе использовать выразительные средства русского языка. Авторы оригинальных публикаций при написании текстов должны были обращаться к рекомендациям немецких пропагандистов, которые настаивали на краткости и экспрессивности подачи фактов. Таким образом, во многом было предопределено, что основными языковыми способами воздействия на читателей газеты стали *лексические* [Катенева 2010, с. 15].

Использование синонимии позволяло сделать эмоциональный акцент в тексте. Коллаборационисты отбирали слово наиболее отдаленное от семантического ядра, что придавало ему оценочный характер, поскольку синонимы отличаются коннотациями. Данный прием использовался для описания крупных боев, в частности под Сталинградом. Одно из крупнейших сражений Второй мировой войны описывалось словами: битва, сражение, боевая деятельность местного значения. Заметим, что при своей близости в контексте эти слова не заменяют друг друга без ущерба смысла. Они демонстрируют отношение коллаборационистов к происходящему на фронте. В тот момент, когда коллаборационисты признают важность Сталинграда и победу нацистов, употребляются слова «битва» и «сражение». Но как только советские войска одержали вверх – появляется «боевая деятельность местного значения».

Отвлечь внимание читателя от происходящего и скрыть суть позволял речевой прием – *эвфемизм*, который стал использоваться в то время, когда немцы начали проигрывать на всех фронтах. Слово «поражение» заменялось словами «отход», «сокращение линии фронта», «бои местного характера». Примером может служить фраза о битве под Сталинградом: «На периферии театров военных действий у нас пониженная сопротивляемость» (Новое слово, 10 ноября 1942). В таком случае экспрессивность изложения заменяла информативность.

Коллаборационисты стремились закрепить в сознании людей устойчивые отрицательные образы советских и западных руководителей. Так, метафора рождала устойчивый образ, возникающий в сознании всякий раз при появлении ассоциирующегося с ним слова. Смысл употребления – подмена рационального обоснования тезиса иррациональным. Большинство метафор можно свести к противопоставлению добро – зло, в рамках которого одна из сторон конфликта предстает в качестве воплощения зла. Рузвельта называли то «пауком», который хочет завладеть новой территорией, поэтому «плетет свою паутину», то «гангстером», намекая на его связь с мафией.

Авторы текстов газеты стремились создать «мнимую угрозу», на борьбу с которой немцы бросили все свои силы. На страницах издания главными врагами человечества становились советские лидеры и руководители стран-союзниц по антигитлеровской коалиции. По этой причине в «Новом слове» появился *дисфемизм* – замена нейтрального слова грубым, который сопровождался многократным повторением, чтобы закрепиться в языке. Использование разговорной, сниженной, ненормативной и сленговой лексики применялось во время написания материалов о советских и зарубежных руководителях: «жидок» – о Калинине, «ублюдок» – о Сталине, «воротила», «гангстер» – о Рузвельте, «ленинский заправила» – о Троцком и т.д. Подобная лексика призвана была продемонстрировать ничтожность противников Гитлера, показать их неспособность защитить свою страну.

Напомним, что, по мнению коллаборационистов, еще одной «угрозой» всему миру стал еврейский народ, которому приписывались враждебные действия и опасные намерения в отношении советских граждан: «С тех пор, как возникло современное общество, у человечества нет более страшного, коварного и жестокого врага, чем жида» (Новое слово, 13 августа 1942). На евреев возлагалась вся ответственность за разжигание войны. Враждебный настрой по отношению к еврейскому народу достигался за счет использования сниженной и грубой лексики: «жидово-большевизм», «жидовская верхушка», «жидово-марксистское рабство». Сотрудники редакции, упоминая советскую власть, всегда добавляли слово «жид», подчеркивая еврейское происхождение многих видных политиков СССР.

Одновременно коллаборационисты утверждали природное превосходство немецкой нации над другими, что создавалось за счет штампов: «германская победа исторического значения», «великая германская культура», «великий Фюрер», «великая германская армия» и пр.

Ресурсы синтаксического уровня помогают увеличить категоричность утверждений журналистов. Языковое внушение строится в том числе и с помощью многократного повторения, которое должно воздействовать на чувства читателя: «Где сила, смелость, инициатива, бодрость духа, исконные черты русского народа? Где тот удалой молодец, воспетый в песнях?» (Новое слово, 29 августа 1942). Параллельные конструкции ритмически выделяют значимые для автора фрагменты текста, позволяют акцентировать внимание на ключевых словах и повысить эмоциональность восприятия: «За 24 года миролюбивая советская власть провела 6 войн! Почти за 25 лет советская власть убила свыше 12 миллионов человек! За 328 лет своего существования кровавая инквизиция казнила 31912 человек!» (Новое слово, 27 августа 1942). Такими приемами в текст вводилось противопоставление «мы – они». Задачей журналистов было представить немцев в позитивном аспекте, а большевиков в негативном. Для достижения этой цели

коллорационисты использовали несколько логических приемов, в частности подмену факта мнением, ссылку на мнение большинства.

Сотрудники редакции описывали советские годы как худшие годы за всю историю страны. Они не представляли доказательств, но писали: «Нет такого места в жизни, которое не было бы раздавлено, поругано или оплевано Советской властью» (Новое слово, 27 июня 1942), «В советском раю существовало все самое ужасное, что когда-либо было создано рабством на этом свете. Германский народ же всячески стремится помочь населению на занятых территориях» (Новое слово, 23 марта 1942). Прием «ссылка на мнение большинства и трудно проверяемые источники» использовался в письмах читателей. Таким методом журналисты пытались показать, что немцев уважают и ценят в Таганроге. Вот пример из письма читателя в номере за 18 июля 1942 г.: «Выражаем искреннюю благодарность Адольфу Гитлеру и бесстрашным воинам СС за спасение нашего народа» (Новое слово, 18 июля 1942). Переноса мнения одного-двух человек на большую или представительную группу, сотрудники редакции пытались доказать, что весь мир жаждет победы фашистов: «Затаив дыхание, следит весь мир за гибелью Сталинграда» (Новое слово, 13 ноября 1942).

Таким образом, языковые средства воздействия позволяли отвлечь внимание читателей от происходящего и закрепить в сознании таганрожцев необходимые образы событий и политических деятелей.

#### Выводы:

1. Газета «Новое слово» в полной мере реализовала требования нацистов, став не только рупором идей оккупантов, но и обретя финансовую независимость и самокупаемость. Это было достигнуто путем получения прибыли как от распространения издания, так и от использования «нежурналистских активов»: земельных наделов, магазинов, квартир.

2. Коллорационисты заимствовали советскую систему обязательной подписки, ужесточив ее введением санкций за нераспространение тиража



среди жителей Таганрога. Данная мера привела к увеличению тиража за счет расширения потенциальной аудитории, вынужденной приобретать издание.

3. В результате проведенного анализа всех номеров издания мы пришли к выводу, что в деятельности «Нового слова» можно выделить три периода (23 декабря 1941 г. – 16 мая 1942 г., 16 мая 1942 г. – 19 ноября 1942 г., 19 ноября 1942 г. – 28 августа 1943 г.), в рамках которых происходили существенные трансформации проблемно-тематического комплекса. Технологии отбора и обработки фактов, подачи новостей напрямую зависели от положения на фронтах, в частности от побед или поражений немцев.

4. Жанровые формы и языковые методы представления информации в газете «Новое слово» предопределялись общей пропагандистской задачей: внушить читателям мысль о неизбежной победе гитлеровской Германии и «благах» жизни таганрожцев при оккупации, с одной стороны, и создать исключительно негативный образ советского руководства и реалий советской действительности, с другой.

## ГЛАВА IV. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ГАЗЕТЫ «ГОЛОС РОСТОВА» В ГОДЫ НЕМЕЦКОЙ ОККУПАЦИИ

### 4.1. Деятельность редакции по идеологическому обеспечению поддержки фашистов

Первая оккупация немцами Ростова-на-Дону продолжалась всего неделю (21-29 ноября 1941 г.), и времени на создание газеты у фашистов и их пособников не хватило. Во второй раз гитлеровцы были в городе семь месяцев (24 июля 1942 г. – 14 февраля 1943 г.), на протяжении которых выходила коллаборационистская газета «Голос Ростова» – орган бургомистерства.

Газета была выпущена в свет 9 августа 1942 г., через две недели после прихода немцев. Сразу отметим, что за семь месяцев наладить деятельность «Голоса Ростова» полностью не удалось: у издания были постоянные кадровые и материальные проблемы, которые не могли не отразиться на его качестве. О кадровых проблемах говорит тот факт, что за несколько месяцев существования газеты сменилось три главных редактора: в августе 1942 г. эту должность занимал В. Простетов, с 26 сентября 1942 г. – В. Попов, а с 31 декабря 1942 г. – С. Усов. Следует отметить, что такие частые кадровые перестановки были свойственны многим коллаборационистским газетам, которые возглавляли местные чиновники. Косвенно этот факт подтверждают документы архива, согласно которым «В. Попов» – это Владимир Иванович Попов, чиновник, выполнявший обязанности казначея в «Штабе войска Донского», впоследствии переведенный на другую должность (ГУ ЦДНИРО. Ф.3. Оп. 2. Д. 69. Л.6.).

О редакционной коллегии издания также известно немного. К работе были привлечены сотрудники различных отделов бургомистерства, не имеющие журналистского образования. У оккупантов не хватило времени на поиск профессиональных работников прессы: местным властям предписывалось создать газету за несколько дней.

На страницах издания в разное время появлялись подписи «Иванов», «Павлов», «Донсков», «Орлов» и инициалы «А.», «В.И.», «А.И.», «Д.Е.», «С.Б.». Некоторые указанные фамилии удалось идентифицировать по докладной записке УНКВД по Ростовской области<sup>4</sup>. Так, из документа следует, что Алексей Иванович Иванов был профессором богословия, заведовал отделом по делам религиозных культов и библиотек Ростовского бургомистерства, руководил отбором ценной литературы для отправки в Германию. Скорее всего, он же скрывался и под инициалами «А.И.».

Сергей Владимирович Павлов – бывший есаул белой армии, имел чин полковника немецкой армии, активно занимался формированием казачьих войск, участвовал в карательных операциях. Петр Николаевич Донсков – бывший кулак, в июне 1921 г. был осужден коллегией Донской ЧК за контрреволюционную деятельность на 5 лет лишения свободы, в период немецкой оккупации Ростова являлся начальником политотдела «Штаба войска Донского», занимался проверкой офицерского состава казачьих формирований, в январе 1943 г. назначен бургомистром г. Батайска. Из этих фактов следует, что редакция была не единственным местом работы для ее сотрудников. Главным местом их работы был бургомистрат, следовательно, тексты для «Голоса Ростова» они писали в свободное от основной службы время.

Газета просуществовала семь месяцев, однако подписи под материалами ставились только в первые три месяца. Затем все публикации стали анонимными. Установить причину этих изменений не удалось.

Все номера проходили цензуру, о чем свидетельствует гриф «С разрешения фельдкомендатуры». Фельдкомендатуры – это военные комендатуры, которым принадлежала реальная власть в первые месяцы оккупации. Далее, по планам министра Розенберга, власть должна была

---

<sup>4</sup> Из докладной записки УНКВД по Ростовской области №7/17 в Четвертое управление НКВД СССР об обстановке в городах Ростове-на-Дону и Новочеркасске в период фашистской оккупации 16 марта 1943 г. (находится в открытом доступе).

перейти в руки гражданской администрации – ортскомендатуры, как это было в Таганроге. Однако в Ростове власть так и осталась у военных.

Связано это было с тем, что все семь месяцев оккупации Ростов считался прифронтовым городом, а значит, ситуация в нем могла измениться в любое время. Такое неустойчивое положение не позволило коллаборационистам полностью наладить работу редакции. Если в Таганроге они смогли не только организовать регулярный выпуск номеров в течение двух лет, но и запустить работу целого издательства, то в Ростове-на-Дону редакцию постоянно лихорадило: газета выходила то два, то пять раз в неделю, количество полос варьировалось от двух до восьми. Всего свет увидело 77 номеров «Голоса Ростова».

Нерегулярность выхода в какой-то степени компенсировалась четко налаженной системой распространения. Газету можно было купить в киоске, получить за плату на предприятиях города или прочитать на витринах в центре города. Одна из таких витрин, где обязательно вывешивались все номера «Голоса Ростова», находилась рядом с гостиницей, которая сейчас называется «Don-Plaza». По городу ходила машина с громкоговорителем, с помощью которого озвучивались городские новости из издания. Старосты также распределяли газету среди населения.

О своей работе, в отличие от таганрожцев, ростовские сотрудники редакции писали мало. В частности, в газете публиковалась информация о том, что редакция ведет сбор пожертвований на восстановление Кафедрального собора. В номере за 11 сентября 1942 г. написано, что «Голос Ростова» принимает посильное участие в совместной работе с германской солдатской газетой», при этом каких-либо подробностей сотрудничества не приводится (Голос Ростова, 11 сентября 1942). Перепечаток в издании было мало, но в тех случаях, когда они присутствовали, обязательно указывались выходные данные газеты, из которой взяты тексты. Например, источником информации служили газеты «Вестмарк», «Панцер Форан» и другие.

По аналогии с таганрогским «Новым словом», в деятельности «Голоса Ростова» также можно выделить периоды: 9 августа 1942 – 31 декабря 1942 г. и 1 января 1943 – 14 февраля 1943 г. Основой для периодизации, как и в предыдущем случае, послужила трансформация тематических приоритетов издания. В целом 1942 г. был для немецких войск успешным: захватывались все новые советские города и села. Это определило доминирующее положение на страницах издания нескольких тем: победа немецкого оружия, нерешенность вопроса с открытием Второго фронта, организация «нового порядка» на оккупированных территориях. Такая предметно-тематическая направленность полностью соответствовала тому, что освещалось в других коллаборационистских изданиях. Отличительной особенностью ростовской газеты стало то, каким образом были расставлены приоритеты: на первый план она вывела тему «нового порядка», а не победы немецкого оружия.

Ростов являлся крупнейшим экономическим центром юга СССР. Чтобы использовать его богатый промышленный потенциал, требовалось восстановить городское хозяйство, разрушенное войной. Материалы первого номера «Голоса Ростова» призывали горожан выйти на улицу для уборки мусора: «Германское командование обратилось с призывом к населению принять активное участие в восстановлении родного города. Пока количество желающих незначительно!» (Голос Ростова, 9 августа 1942). Публикации должны были убедить читателя, что оккупация – это благо, поскольку наладится жизнь простых людей. На первых полосах газеты появлялись врезки с призывами: «Раньше вы работали на сталинско-жидовскую клику, а сейчас вы будете работать на самих себя! Все, как один, на очистку города!» (Голос Ростова, 13 августа 1942). Захват Ростова фашистами подавался в текстах как освобождение от большевистской тирании и залог будущего процветания горожан. «Дружно за работу! Быстрее разберем баррикады, удалим с улиц обломки! Приведем освобожденный Ростов в чистый и опрятный вид!» – призывает автор

заметки, опубликованной во втором номере газеты (Голос Ростова, 20 августа 1942).

Через месяц после начала оккупации аргументация в подобных материалах начала меняться, т.к. жители Ростова отказывались выходить на уборку. Коллаборационисты стали апеллировать к национальным традициям, противопоставляя их нормам, установленным советской властью. Типичным примером подобных текстов может служить публикация под заголовком «Ростовчане, все на работу!», вышедшая в газете 31 августа 1942 г.: «Почему жители Ростова не берутся за его восстановление? Жители Ростова, приспособляйтесь к новым условиям жизни» (Голос Ростова, 31 августа 1942). Обратим внимание, что тексты подобных заявлений были похожи один на другой, иногда менялось всего несколько слов.

Как эффективное средство убеждения в том, что немецкий «новый порядок» несет ростовчанам только благополучие, начинает использоваться «агитация фактами». В рубрике «Хроника по Ростову» появляются заметки о том, что скорая помощь продолжает бесплатно выезжать на вызовы горожан, сообщается, где в оккупированном городе можно взять топливо и т.п. Согласно информации газеты, ростовская молочная фабрика начала работать на следующий же день после входа германских войск, в городе снова пошли троллейбусы и трамваи, в ЦГБ функционируют 7 отделений, начал работать радиоузел и даже был организован оркестр народных инструментов. Кроме этого, «коллектив русских технических сил делает все возможное, чтобы оправдать доверие технического руководства Германской Армии. Ведутся подготовительные работы по восстановлению и пуску второго агрегата на мельнице бывшего Гуревича. 200 человек инженеров и техников восстанавливают все, что было разрушено» (Голос Ростова, 27 августа 1942). Все эти сообщения должны были убедить читательскую аудиторию в том, что немцы заботятся о ростовчанах и нужно сотрудничать с ними ради собственного благополучия.

Картина жизни Ростова-на-Дону при оккупантах в этот период рисуется исключительно в мажорных тонах. Свидетельство тому – материал, написанный в стиле репортажа, «Оживающий город»: «Шумное оживление рядом с биржей труда. Всех интересует объявление об учете безработных. Читающие тут же намечают, что им надо делать. Разговоры деловые. Ясно, что работать надо, других путей нет. Подметенные улицы кажутся более радостными, чем три дня назад. Люди держатся увереннее. Город начинает забывать ужасы войны» (Голос Ростова, 13 августа 1942). Неслучайно в этой и многих других публикациях продвигается идея о необходимости приступить к работе. Местные жители интересовали немецкую власть только как рабочая сила, которая должна обеспечить благоденствие фашистской Германии. Но об истинных интересах оккупантов газета не рассказывала, а призывала читателей делать «как все» – начинать трудиться.

К числу стратегических интересов немецкой власти относилось также использование богатейших продовольственных ресурсов региона. В области в 1942 г. вырос хороший урожай, который необходимо было вовремя собрать. В связи с этим газета настойчиво призывает горожан отправиться на полевые работы: «Лично от нас зависит наше будущее. А что вы сделали для уборки урожая? На богатом юге созрел хороший урожай. Старики и дети боролись с озверелыми поджигателями и самоотверженно спасали народное добро. При советской власти голодали все рабочие и крестьяне. Из урожая самое лучшее советская власть забирала себе в виде налога. Но кончилось это время. Мы должны работать, только так мы обеспечим себе будущее» (Голос Ростова, 28 августа 1942). Нельзя не заметить, что данный текст по своему логическому построению, методам аргументации, языковым средствам очень близок к материалам советской прессы довоенного периода. Это свидетельство того, что коллаборационисты в своей практике активно использовали приемы и методы, наработанные журналистами Советского Союза в период коллективизации.

Сельскохозяйственная тематика не является приоритетной для городской газеты. Но оккупационные власти стремились получить как можно больше продовольствия для своих солдат, поэтому «Голос Ростова» систематически отслеживает ситуацию на полях и дает свои оценки: «Особенное оживление на плодородных землях области, где идет уборка урожая. Для координирования заготовок в Ростове организовано новое Окружное земельное управление, которое направило специалистов на поля области» (Голос Ростова, 13 августа 1942). В публикациях всячески подчеркивается, что немцы являются прекрасными руководителями: «Работа на полях организована так, что совершенно исключена потеря зерна» (Голос Ростова, 29 августа 1942). На страницах издания сообщалось, что полевые работы хорошо оплачиваются, в сутки работник на руки получит 10 рублей, у него также будет возможность приобретать продукты по твердым ценам. Эта информация могла представлять значительный интерес для ростовчан, которые справедливо опасались, что в оккупированном городе будут проблемы с продовольствием.

Но уже в сентябре на страницах «Голоса Ростова» стали появляться материалы, в которых ситуация на селе выглядит не так радужно, как прежде: «После сбора урожая на поле остается много зерна» (Голос Ростова, 18 сентября 1942). И вновь звучит призыв работать активнее: «Крестьяне и рабочие! Ваша страна еще переживает коммунистическую разруху. Дружно за работу, и вы скоро залечите раны, нанесенные вам жидово-большевистским режимом кровавого террора. С Адольфом Гитлером – к лучшему будущему!» (Голос Ростова, 19 декабря 1942). Данный пример не может не вызывать ассоциаций с текстами из советских газет послеоктябрьского периода. Единственное отличие – вся вина за экономические проблемы возлагается не на царскую, а уже на советскую власть.

Работники коллаборационистского издания, как и предписывало нацистское руководство, обращали особое внимание на оживление



религиозной жизни города. Этому, в частности, был посвящен репортаж «Христос Воскресе!»: «Ростов сегодня празднично оживлен. Вереницей тянется народ к греческой церкви. Бог простил нас, грешных, и снова дает свой храм. За оградой церкви уже яблоку негде упасть. Ясные, простые слова пастора очищают душу, а вся горечь пережитого душевного рабства выливается в невольных слезах горожан. Они долгие годы убивали Бога в сердцах народа. Да, Христос воистину воскрес для русского народа. Многие стали подходить к Германским Воинам и сердечно благодарить их» (Голос Ростова, 20 августа 1942). Рядом с этим текстом был помещен рассказ ростовчанина, который вспоминал гонения советской власти против церкви: «Автор видел своими глазами, как из Дома предварительного заключения в Ленинграде в 1930 г. вывели на расстрел скромного священника. За час до казни, он показывал мне фотокарточки своих трех дочерей и говорил, что Господь Бог не оставит их без защиты в страшном большевистском мире. Вызванный на расстрел, он сразу обрадовано просиял и крикнул нам, своим союзникам: «Господь меня к себе призывает, и я сейчас к нему иду!» (Голос Ростова, 20 августа 1942).

На страницах издания от имени верующих выражалась благодарность Германскому командованию и лично бургомистру Тиккерпу за содействие в восстановлении оскверненных большевиками храмов. Отмечалось, что в Ростове функционирует 6 церквей. Сотрудники газеты призывали горожан приносить пожертвования на восстановления Ростовского Кафедрального собора в редакцию.

Как любой промышленно развитый крупный город, Ростов-на-Дону обладал значительными трудовыми ресурсами, представлявшими большой интерес для немцев. Газета «Голос Ростова» активно включилась в кампанию вербовки горожан для работы в Германии. Регулярно помещалась информация о том, как организован отъезд: «Германское правительство, ценя честную работу русских, открыло в Ростове набор лиц, желающих выехать на работу в Германию» (Голос Ростова, 27 августа 1942). Редакция

формировала целые полосы, которые убеждали в преимуществах жизни в «цивилизованной стране». Основную агитационную нагрузку несли письма от имени тех, кто уже находился в Германии. Рядом помещались репортажи с Биржи труда, где «собралась целая очередь из желающих отправиться на работу в Германию» (Голос Ростова, 15 сентября 1942). Обязательно помещалась врезка: «Записывайтесь на Бирже труда для поездки на работу в ГЕРМАНИЮ!» (Голос Ростова, 29 августа 1942).

Осенью 1942 г. в коллаборационистской газете стали появляться материалы, свидетельствующие о трудностях жизни при оккупантах. Так, на городском рынке стали резко дорожать продукты. В связи с этим на первой полосе 12 сентября 1942 г. появилась врезка: «Введение предельных цен на рынках Ростова. Лица, повышающие цены, будут наказываться» (Новое слово, 12 сентября 1942). Медицинское обслуживание стало платным, о чем сообщает следующее объявление: «Плата за медпомощь: прием в поликлинике – 5 руб., вызов на дом – 10 руб.» (Голос Ростова, 25 октября 1942). Косвенным свидетельством существования серьезных проблем в городе служат публикуемые в газете советы: например, для утепления помещений между оконными рамами рекомендовалось «помещать изоляционный материал». Подобная информация подавалась в издании всегда очень скупо, какой-либо системный взгляд на ситуацию в городе полностью отсутствовал.

Второй по значимости темой «Голоса Ростова» являлось положение на фронтах, и в первую очередь на южном направлении. Этой теме была посвящена рубрика «Сообщения Верховного командования», в которой помещались хроникальные заметки с информацией о боевых действиях в конкретный день. Первыми шли новости с Кавказа и Донского фронта, затем о боях в центральной России, далее о бомбардировках Великобритании, ситуации в Индии и боевых действиях в Африке. Например, 13 августа 1942 г. газета представляет такую картину военных событий: «Германские войска на Кавказе теснят сопротивляющегося противника. Немецкие войска

заняли Пятигорск, Ейск и Элисту. На восточном фронте за один день было сбито 234 вражеских самолета. Германские самолеты бомбят английские берега. Волнения в Индии усиливаются. Над Северной Африкой четыре немецких истребителя сбили двенадцать британских самолетов, не понеся потерь» (Голос Ростова, 13 августа 1942). Никакой информации о поражениях фашистской армии в новостной подборке не содержится. Таким образом, введение некомментируемых сообщений, создающих хаотичную картину мира, которую невозможно представить как единое целое, позволяло усилить степень внушаемости горожан.

При публикации сообщений о крупных поражениях советских войск в ростовском издании пользовались теми же оформительскими методами, что и в Таганроге. На четыре колонки набирался текст и выделялся жирным шрифтом. Например: «Падение Новороссийска. Пала сухопутная и морская крепость Новороссийск. Последний значительный военный порт, который оставался советским» (Голос Ростова, 8 сентября 1942) или «Тяжелые потери советских войск в людях, танках и самолетах» (Голос Ростова, 5 декабря 1942). Для придания информации большей убедительности редакция «Голоса Ростова» ссылалась на материалы крупных европейских газет. В частности, в материале «Наши успехи на юге», опубликованном в сентябре 1942 г., говорится: «Военный корреспондент «Дейли Телеграф» отмечает, что для русских положение на юге стало крайне опасным» (Голос Ростова, 6 сентября 1942). При этом прямого цитирования или перепечаток из авторитетных европейских изданий «Голос Ростова» не делает, а прибегает к пересказу, позволяющему вольно трактовать первоисточник. Такой прием известный исследователь И.М. Дзялошинский называл «метод отвлечения», смысл которого в отвлечении внимания аудитории от неудобной информации путем введения другой информации, поданной в сенсационной форме [Дзялошинский 1997, с. 45].

Как и во всей коллаборационистской прессе, в ростовской газете теме битвы за Сталинград уделялось самое большое внимание. Авторы

материалов отмечали особую важность для немцев захвата этого города, поскольку «война вступила в решающую фазу». На протяжении пяти месяцев существования «Голоса Ростова» в каждом номере помещались материалы о Сталинграде.

Если первые публикации о городе на Волге были большие по объему и полны победного пафоса, то перед поражением информация появлялась только в виде одного предложения, сухо констатирующего «бои местного значения». Поскольку аналогичную ситуацию мы наблюдали в таганрогском «Новом слове», можно сделать вывод, что такая информационная политика была характерна для всей коллаборационистской прессы.

В августе 1942 г. коллаборационисты подчеркивали, что кольцо блокады сжалось вокруг Сталинграда: «Плохо у большевиков под Сталинградом. Агентство Рейтер сообщает, что положение большевиков продолжает ухудшаться» (Голос Ростова, 29 августа 1942). Отсылка к одному из крупнейших мировых информационных агентств должна была усилить доверие читателя к сообщаемым новостям. Обязательно отмечалась важность битвы для всего исхода войны: «Теперь самые ценные области Советского Союза в руках у Германии. Сталинградская армия разгромлена. Нам уже не приходится завоевывать победу» (Голос Ростова, 6 сентября 1942). При этом авторы текстов выдают желаемое за действительное, они интерпретируют военную обстановку так, чтобы у читателей не возникло даже мысли о том, что сопротивление фашистам может быть успешным.

Важно отметить, что в сентябрьских публикациях газеты стали проскальзывать некоторые ноты уважения к защитникам города. В частности, коллаборационисты пишут, что речь идет «о настоящей крепостной войне в истинном значении этого слова» (Голос Ростова, 20 сентября 1942). На страницах «Голоса Ростова» рассказывалось о попытках прорвать блокаду: «Все отчаянные попытки большевиков прорвать кольцо блокады остались без успеха, а немецкая армия продолжает осаждать город» (Голос Ростова, 8 сентября 1942). Если в сентябре описывались бои за

пределами города, то в октябре в Сталинграде уже были «жаркие рукопашные схватки и захвачены новые укрепления на улицах города» (Голос Ростова, 10 октября 1942). Журналисты подчеркивали накал происходящего: «Безостановочно проходят бои в Сталинграде, где отходит в прошлое одна эпоха и зарождается другая» (Голос Ростова, 17 октября 1942). В ноябре коллаборационисты кратко писали, что «в Сталинграде полным ходом продолжаются бои по очистке города от оставшегося противника. В Сталинграде продолжается успешная операция ударных отрядов. Захвачен неприятельский опорный пункт» (Голос Ростова, 7 ноября 1942).

В декабре подача информации о битве на Волге значительно трансформируется: материалы о Сталинграде публикуются уже не в каждом номере (примерно один текст на шесть номеров) и размещаются не на первой, а на второй полосе. В январе в газете появился только один текст на третьей полосе, в котором указывалось, что в «Сталинграде ведутся бои местного значения» (Голос Ростова, 2 января 1942). Такое заметное сокращение внимания к теме, изменение характера и формы сообщений являлось косвенным свидетельством ухудшающегося положения немецкой армии.

Еще одной сквозной темой, освещавшейся в течение всего периода существования «Голоса Ростова», было открытие Второго фронта. Подавалась эта тема только в одном ключе – Второй фронт открыть невозможно. Убедительным доводом в подтверждение этой идеи должны были служить новости о том, что у стран-союзников по антигитлеровской коалиции слишком много собственных проблем. Материалы коллаборационистской газеты сообщают, что Великобритания подвергается бомбардировкам, в стране повышаются цены на продовольствие, военное судостроение находится в кризисе. Но самой большой проблемой английских властей, по мнению авторов публикаций, стала индийская колония, которая требует самостоятельности. В качестве главного аргумента используется

ссылка на мнение самой Великобритании: «В Англии считают, что английское могущество в Индии рушится. Волнения растут по всей Индии. Участились митинги протеста» (Голос Ростова, 13 августа 1942). При этом источник, откуда взята такая информация, в газете никак не обозначается.

Описывая ситуацию в США, немецкие пропагандисты делают основной упор на экономический кризис в стране. Подробно рассказывается о масштабных забастовках, охвативших страну, о коллапсе американской автопромышленности, об уменьшении численности населения и т.п. проблемах. В том, насколько резко упал уровень жизни в США, читателей должен был убедить следующий факт: «Жена Рузвельта вынуждена продавать свои замки из-за отсутствия денег» (Голос Ростова, 16 августа 1942). Для придания текстам об Америке необходимой весомости, как и при описании ситуации в Великобритании, в газете используются ссылки на заокеанские источники. Например, как сообщает издание, однажды морской министр страны Нокс отметил, что «никогда ранее США не были в столь опасном положении» (Голос Ростова, 6 сентября 1942). Присутствующие здесь элементы атрибуции – авторство цитаты – должны были придать ей достоверность. Однако, без информации о том, где, когда и при каких обстоятельствах были сказаны данные слова, достоверность становится иллюзорной. Таким образом, утверждениям, что у союзников СССР по борьбе с Германией серьезные проблемы, и у них нет ни желания, ни возможности открывать Второй фронт и воевать вместе с Советским Союзом против фашистов, читатели издания должны были просто поверить. При отсутствии аргументации немецкие пропагандисты делали основной упор на многократную повторяемость мысли.

Особняком в газете стояла еврейская тема. О важности для коллаборационистов данной темы говорит тот факт, что она была поднята уже в первом номере газеты, и материал, посвященный ей, располагался на первой полосе. В газете было помещено обращение доктора Лурье к еврейскому населению с требованием собраться 11 августа в сборных

пунктах. Предписывалось иметь при себе документы, деньги и ценности, ключи с биркой и адресом (подлежали сдаче на сборных пунктах), ручной багаж. В публикации говорилось, что все это делается исключительно ради благополучия еврейского населения, однако позднее всему миру 11 августа 1942 г. стало известно как дата массового расстрела ростовчан-евреев в Змеевской балке, где погибло более 27 тысяч человек.

Обратим внимание, что на второй полосе номера за 9 августа был набран текст, показывающий истинное отношение журналистов газеты и оккупантов к евреям: «С тех пор, как возникло современное общество, у человечества не было более лютого врага, чем жида и коммунисты». Коллаборационисты также отмечали, что евреи первыми покидают осажденные советские города: «Город наводнен бежавшими из Ростова. В основном – жидами и коммунистами» (Голос Ростов, 20 августа 1942).

Материалы по данной тематике ничем не отличались от текстов аналогичных коллаборационистских изданий. Этот факт подчеркивает унифицированность информационной политики и методов работы всей коллаборационистской периодики. В каждом номере подчеркивалось тождество между большевиками и евреями. Пособники фашистов не утруждали себя аргументами, делая, например, такие заявления: «Ничего положительного в силу своей национальной особенности евреи создать не смогли. Они оставались ловкими паразитами, живущими за счет гения русского народа» (Голос Ростова, 20 августа 1942). Вместе с тем в деятельности ростовской редакции была и своя специфика: во второй период существования газеты еврейская тема исчезла. Естественно, не публиковалась информация о расправах над евреями.

Второй период был ознаменован отсутствием конкретной информации о происходящем в городе и на фронтах. Основной темой стала международная: газета рассказывала о боях во французских колониях в Африке, о «развале» китайского государства и трудностях на бирже труда в Англии.

Отвлекая внимание читателей от приближающейся к городу Красной Армии, газета «Голос Ростова» стала обращаться к экзистенциальным вопросам: «За что борется Германская армия? За свободную и счастливую для всех жизнь. За уважение к личности и восстановление семьи как основы государства. За свободное развитие ремесла и торговли. За свободное и естественное развитие бытовой и культурной жизни всех народов, населяющих СССР» (Голос Ростова, 4 декабря 1942). В качестве противопоставления «благим устремлениям» Германии коллаборационисты приводят «ужасающие факты» из советской жизни. Так, в номере за 5 января 1943 г. журналисты писали, «что тяжелые материальные условия, в которых прозябал советский человек, широко содействовали разложению семьи» (Голос Ростова, 5 января 1943), а «условия жизни советских шахтеров дошли до катастрофического состояния: нет одежды, обуви, мебели» (Голос Ростова, 2 февраля 1943).

В таком отборе фактуры можно усмотреть некую истерическую ноту: коллаборационисты стремились хотя бы очернить врага, раз нет возможности писать о победах немцев. Поэтому второй период отличался отсутствием конкретной информации о происходящем в городе и на фронтах.

#### **4.2. Особенности газетной практики (оформление, рубрикация, жанры, язык и стиль публикаций)**

«Голос Ростова» в целом повторял структуру и оформление коллаборационистских газет, в частности таганрогского «Нового слова», а также подражал внешнему виду советской городской газеты. Издание выходило в формате А3 на двух или четырех полосах, в дни крупных немецких побед размер номера мог достигать до 8 полос, текст набирался на четыре колонки. В то же время ростовская редакция стремилась сформировать у газеты свое, узнаваемое лицо, дополняя стандартные элементы «творческими находками». Так, начиная с третьего номера, в



заголовочный комплекс был добавлен лозунг «Трудящиеся всех стран, объединяйтесь в борьбе против большевиков!». Этот постоянный призыв должен был вызвать у читателя стойкую ассоциацию с советскими газетами. Форма, закрепленная несколькими десятилетиями ежедневного использования, наполнялась противоположным идеологическим содержанием.

В отличие от «Нового слова» ростовское издание не вводило в заголовочный комплекс текст на немецком языке. Название газеты набиралось на всю ширину полосы крупным шрифтом и занимало четыре колонки. Под названием стояла надпись: «Орган управления бургомистерства». В выходных данных на последней полосе указывалась фамилия ответственного редактора В.Г. Простетова, однако отсутствовала традиционная для газеты часть с указанием адреса редакции и тиража. Здесь же была помета цензуры «С разрешения фельдкомендатуры».

Если в «Новом слове» заголовки у материалов появлялись не сразу, то «Голос Ростова» с первого выпуска стал давать название каждому тексту и формировать материалы в рубрики, которые определяли тематическое наполнение номера. Ростовская городская газета содержала типичные для всей коллаборационистской прессы постоянные рубрики «Сообщения Верховного командования», «Вести из освобожденных областей», «По ту сторону фронта», «Хроника по городу», «В Англии», «В Индии», «В Америке», «Международная хроника», «Объявления» и «Воззвания». Тематически рубрики можно поделить на местную информацию, новости с фронта и международную политическую информацию. В зависимости от периода деятельности издания площадь, отводимая под определенные темы, различалась: в первый период местная информация занимала 2/4 площади номера, международная и новости с фронта – по 1/4, но с 1 января 1943 г. международная тематика стала занимать 1/2 от площади газеты, столько же места отводилось для абстрактных тем, которые сложно отнести к какой-либо группе.

Новаторством редакции стало размещение на первой полосе вставок с наиболее актуальной задачей дня. Например: «Дружно за работу! Быстрее разберем баррикады!» (Голос Ростова, 13 августа 1942), «Дружно за работу! Поможем собрать урожай!» (Голос Ростова, 20 сентября 1942) или «Записывайтесь на Бирже труда для поездки на работу в Германии!» (Голос Ростова, 25 сентября 1942). Публикация подобных призывов говорит о том, что редакция пыталась выполнять не только пропагандистские, но и организаторские функции, служить практическим помощником немецких оккупантов по установлению «нового порядка». Помимо призывов во врезках помещались требования властей, например, сдать радиоприемники или теплые вещи. Врезки располагались либо в центре полосы, либо в правом верхнем углу и помещалась в рамку, что позволяло сразу привлечь к ним внимание читателей. В последних номерах газеты появились врезки с цитатами Гитлера, идентичные таганрогским, поскольку перепечатывались из одних и тех же источников, распространяемых среди редакций коллаборационистских газет.

О материально-технических трудностях редакции свидетельствует тот факт, что важная информация о крупных победах немцев набиралась на все четыре колонки, как это было и в других изданиях, но при этом отсутствовало выделением цветом. Это связано с тем, что в городе не хватало типографской краски, так как перед отходом советские войска уничтожили производство.

Еще одним косвенным подтверждением трудностей стало малое количество фотоиллюстраций на страницах «Голоса Ростова». В номерах перепечатывались одни и те же фотографии: немецкая военная техника, которая демонстрировала мощь нацистов, и портреты Гитлера.

С первых номеров, как и в «Новом слове», на полосах ростовской газеты появились карикатуры, публикация которых не требовала больших организационных усилий. Все они являлись перепечатками из немецких источников. Это удалось установить, сравнив карикатуры «Голоса Ростова»

и иллюстрации из немецких юмористических журналов, которые также распространялись на территории Ростовской области и предназначались для оккупантов. Однако, в отличие от перепечаток текстовых газетных материалов, под карикатурами редакция не указывала первоисточник.

Главные герои карикатур типичны – лидеры стран антигитлеровской коалиции. Другие популярные герои – это евреи, «которые стоят за спиной лидеров антигитлеровской коалиции». В первом же номере была размещена карикатура под названием «Жидовский маскарад, или правдивое изображение большевизма». На рисунке был изображен еврей, который снимал с себя маску Сталина. Внизу красовалась подпись «Товарищу Сталину легко управлять своими народами, потому что эту, хотя и тяжелую, но весьма прибыльную обязанность за него выполняют жида. Товарищ Сталин – это только их маска» (Голос Ростова, 13 августа 1942).

В «Голосе Ростова» личности Сталина было посвящено больше всего карикатур. Приведем несколько характерных примеров. «Верь ему Британия. Он всего лишь хочет тебя защитить», – говорит Черчилль. На картинке изображен Сталин в виде монстра с ножом, который пытается обнять красивую девушку-британку (Голос Ростова, 17 августа 1942). На другой карикатуре изображена колесница, запряженная пролетариями. Колесницей управляет Сталин. Подпись гласит: «Пролетарии всех стран, объединяйтесь!» Ко дню рождения Сталина – 21 декабря – была помещена карикатура «Маска Сталина». На ней изображался красный дьявол, который держал в руках маску Сталина.

Антигитлеровской коалиции была посвящена карикатура «Вопли из Кремля»: коты с лицами Сталина, Рузвельта и Черчилля требуют Второго фронта. Одним из самых популярных сюжетов нацистских карикатур было «закулисье», когда, например, изображался еврей-кукловод и куклы: Сталин, Черчилль, Рузвельт.

Изучение подшивок газеты показывает, что в отличие от таганрогской газеты, где карикатуры появлялись на протяжении всего времени

существования почти в каждом номере, в «Голосе Ростова» такой стабильности не было. Здесь карикатуры активно использовались только в самом начале деятельности, а в последние три месяца (декабрь, январь, февраль) сатирические рисунки и вообще какие-либо оформительские элементы со страниц издания исчезли. Исключение составляли врезки, которых становилось чем дальше, тем больше. Мы связываем это с ухудшением для немцев положения на фронте. Начиная с декабря 1942 г., фашисты терпели одно поражение за другим.

Интересы коллаборационистов Ростова в 1942 г. сводились к поддержанию «нового порядка», установленного немцами, с этим и связано использование определенных жанров на страницах газеты «Голос Ростова»: так, 80% материалов были написаны в жанре заметки, 6% – статьи, 2% – репортаж, 8% – другое.

С самого начала главным жанром «Голоса Ростова» стала заметка, потому что задача коллаборационистов сводилась к тому, чтобы дать информацию о происходящем в мире и городе с выгодной немцам стороны. С октября 1942 г. заметка стала единственным жанром, который использовался ростовской редакцией.

В каждом номере помещалась традиционная подборка хроникальных заметок о положении на фронтах, в которой описывались военные изменения, произошедшие за один день. Подборка выходила под рубрикой «Сообщение Верховного командования» и всегда помещалась на первой полосе с первого до последнего выпуска. Например, «Германские войска на Кавказе теснят сопротивляющегося противника. Немецкие войска заняли Пятигорск, Ейск и Элисту». Ее краткая форма позволяла осветить как можно больше фактов, особенно это касалось Сталинградской битвы. При этом факты подбирались только те, которые говорили о могуществе Германии: «Германская артиллерия успешно обстреляла бегущего противника» (Голос Ростова, 16 сентября 1942) или «Важные пути сообщения большевиков на Юге перерезаны» (Голос Ростова, 16 сентября 1942). Данная схема

освещения событий существовала во всех коллаборационистских изданиях, поскольку в наилучшем свете представляла мощь военных сил нацистов, при этом исключались подробности, которые могли каким-либо образом скомпрометировать немцев и показать подлинное положение дел на фронтах.

Так как основной темой ростовского издания стал «новый порядок», то в газете чаще, чем в «Новом слове», помещались репортажи об «оживающем городе». Структура текста была одинаковой для двух газет: журналист описывал радостную атмосферу, царящую в городе, затем приводились слова какого-нибудь горожанина, в которых он благодарил оккупантов. При этом их фамилии или имена не указывались, отмечалось просто «пожилая женщина», «парень», «старик». Фактологическую бедность должны были скрыть пространные описания впечатлений и эмоций автора. Так же восторженно звучали и «рассказы ростовчан», приехавших на работу в Германию: «Мы, как зачарованные, наблюдали за немецким ландшафтом, достойным великих мастеров живописи...Здесь заводы, где все изумительно чисто и нет нашей бестолковщины» (Голос Ростова, 10 июня 1942).

Чтобы побудить жителей города к активным действиям, необходимым для подтверждения порядка, в первых номерах публиковалось открытые письма ответственного редактора и, так называемые, письма горожан. В открытых письмах ответственный редактор высказал свою точку зрения по поводу возрождения религиозной жизни в Ростове, призывал читать газету, агитировал уезжать работать в Германию. «Мы, передовики России, видим, что Германский народ взял на себя великую миссию – миссию по освобождению от ига жидовского рабства. Все честные люди должны вступать в национал-социалистическую партию и работать на благо народа!» (Голос Ростова, 9 августа 1942). Тематика «читательских» писем с течением времени менялась. Сначала «горожане» благодарили немецкое правительство: «Могли ли мы, задавленные рабством, мечтать о столь блистательном освобождении. Мы, русские, в неоплатном долгу перед

Великой Германией! Отдадим все силы на восстановление города», – написал ростовчанин Петров (Там же). Со временем на страницах «Голоса Ростова» появились многочисленные письма якобы от тех, кто уехал работать в Германию. Иногда выходили целые полосы с «письмами горожан» из далекой Германии, при этом какой-либо системы в их формировании проследить не удалось. Скорее всего, материалы писались в редакции и, как только набиралось необходимое количество для появления полосы, публиковались.

Для пропаганды немецкого образа жизни и немецкой культуры на страницах коллаборационистского издания использовался жанр статьи. В статьях анализировалось положение Германии в мировой политике, невозможность открытия второго фронта. В материалах обязательно приводились цитаты из речей Гитлера.

Авторы газеты намеренно упрощали реальную жизнь, одномерно и статично представляли людей и события: «Свыше 60 миллионов человек, наиболее ценная по составу населенная часть СС, находится под германским началом. Ежедневно советская армия теряет 10 тысяч человек, – писал в своей статье Эрнст Крюгер. – Германское командование в свою очередь заботится о жителях освобожденных территорий. Если вы спросите у местных жителей, хорошо ли им, ответ будет положительный» (Голос Ростова, 31 января 1942). Публиковались статьи немецких лидеров, например Розенберга «О судьбах еврейского народа».

При этом статей о жизни города зафиксировано не было.

В сложном положении советского народа коллаборационисты винили большевиков. Для обличения советских лидеров использовался жанр зарисовки. Примечательна зарисовка, посвященная Георгию Жукову. В материале акцентировалось внимание на плохой военной подготовке Жукова, отсутствии хорошего образования. Данный текст появилась в октябре 1942 г. на одной полосе с информацией о Сталинградской битве. Она должна была

подвести читателя к мысли о бедственном положении Красной армии, которой руководили подобные полководцы.

Героями зарисовок часто становились невинные жертвы коммунистов – творческая интеллигенция. Подбирались истории литераторов, которые либо покончили с собой, либо были расстреляны большевиками, а их тексты в СССР были запрещены. В «Голосе Ростова» была опубликована большая зарисовка, посвященная Борису Пастернаку, рассказывалось о творческом кризисе Есенина, о верности идеям Кольцова и Гумилева. Советская публика мало что знала об этих писателях. В своих материалах коллаборационисты описывали и причины смерти литераторов. «В это же время были расстреляны и такие «киты» советской литературы Авербах и Михаил Кольцов» (Голос Ростова, 3 февраля 1942).

В процессе осуществления манипулятивного воздействия сотрудники редакции использовали все возможные вербальные средства воздействия. Особую роль языка газеты как средства внушения отмечал известный немецкий филолог Виктор Клемперер, живший во времена Третьего рейха. Он отмечал, что СМИ создавали и поддерживали целостную и упорядоченную картину мира, которая в годы Второй мировой войны держалась на противопоставлении «мы – они» [Клемперер 2000, с. 10]. Клемперер писал: «Нацизм въедался в плоть и кровь масс через отдельные словечки, обороты речи и конструкции предложений» [Там же, с. 27].

Отметим, что в ростовской коллаборационистской газете противопоставление «мы – они» (советская власть – нацисты) было доведено до апогея, где уже борется добро и зло. Мы связываем это с тем, что тексты писали чиновники оккупационной администрации, в задачи которых входило показать превосходство новой власти над старой. В рамках этой оппозиции одна сторона конфликта представлена в качестве созидательного начала, другая – воплощение разрушения. Все лексические, синтаксические, риторические средства направлены на подтверждение этого тезиса.

Рассмотрим материалы газеты «Голос Ростова», используя схему анализа, предложенной А.А. Даниловой [Данилова 2011, с. 36].

Как и в «Новом слове», в языке ростовской газеты синонимия отражала свойства мира, формируемого журналистами – коллаборационистами. Выбор синонимической единицы придавал оценочность высказыванию и демонстрировал отношение автора к происходящему. Разделение мира на две полярные категории «мы – они» требовало изменения отношения читателя к событиям и лицам, это воздействие основывалось на привнесении в лексическую единицу новых смыслов, на изменение ассоциации у читателей. В связи с этим даже нейтральное слово может нести оценочность в зависимости от употребления. В текстах «Голоса Ростова», как и в таганрогской газете, наблюдается особое использование нейтральной лексики, описывающей боевые действия. В тот момент, когда коллаборационисты признают важность военного боя, появляются слова: «битва» и «сражение», но как только советские войска одерживают верх над противником, используется фраза «боевая деятельность местного значения».

Особое внимание уделим таким лексическим средствам, как эвфемизм и дисфемизм, отметим при этом, что эвфемизм описывает действия нацистов и коллаборационистов, а дисфемизм – большевиков. Так, синонимом слова «бомбардировка», имеющего негативную коннотацию, стало эвфемистическое словосочетание с положительным смыслом – «устрашение врага» и «защитная сила», что «создает эффект удаленности от устрашающей ситуации» [Данилова 2011, с. 44]. Аналогичное перенесение слова в положительный ассоциативный ряд происходит со словом «оккупация», которая превращается в «освободительную миссию». Однако это касается только немецкой стороны. При описании действий большевиков вместе со словом «оккупация» используются существительные «вторжение», «захват», «уничтожение», т.е. четко прослеживается оппозиция «добро – зло».

Одна сторона – общество мира, дружбы, контакта, защищающая свободу: «Миллионы крестоносцев ринулись на сатанистов и в небывалых



сражениях разбили сковавшие нас цепи. Мы, русские, в неоплатном долгу перед Великой Германией!» (Голос Ростова, 9 августа 1942). И другая сторона – противник всего доброго, живого и справедливого: «У человечества не было более лютого, коварного и жестокого врага, чем коммунисты. На протяжении 25 лет народы России томились в застенках тюрем, умирали от голода» (Голос Ростова, 9 августа 1942).

Для закрепления необходимого ассоциативного ряда используются многократно повторяемые метафоры и штампы. С этим лексическим способом тесно связан риторический прием «подмена аргумента». Метафора замещала процесс рационального осмысления текста и усиливала эффект от внушения. Метафоричность и подмена аргумента использовались в текстах о советских и немецких лидерах. Так, лидер нацистов предстает в образе рыцаря: «Адольф Гитлер, воплощение доброты и справедливости, подал нам свою братскую руку, чтобы освободить от кабалы» (Голос Ростова, 9 августа 1942) или «Прекрасный светлый рыцарь с крестом на груди, с мечом в длани и великой любовью в сердце прекратил наши страдания» (Там же). А лидеры стран-союзников по антигитлеровской коалиции предстают воплощением ада: «Рузвельт и Черчилль – могильщики своих империй – скоро погибнут от праведного меча Германского народа» (Голос Ростова, 26 ноября 1942), «Сталин – лишь маска мирового жидовста» (Голос Ростова, 8 декабря 1942), «Два дьявола в образе человеческом – Сталин и Дзержинский» (Голос Ростова, 12 декабря 1942), «Рузвельт подбирает обломки Британской империи» (Голос Ростова, 19 декабря 1942).

Регулярно повторялись два газетных штампа, которые были в ходу в советской и немецкой прессе: Сталин – «отец народов», Гитлер – «рыцарь Германии». В текстах эти штампы всегда встречались вместе и использовались для контраста в том случае, когда «отец народов» уничтожал свои народы, а «рыцарь Германии» благородно их спасал. Как мы видим, метафоры и штампы служили подтверждением дихотомии «добро – зло».

Синтаксические способы также служили для противопоставления «мы – они». В текстах «Голоса Ростова» присутствовали два приема: повтор и параллелизм. Многократный повтор позволял создать стереотип, а параллельные конструкции ритмически выделяли наиболее значимые для автора фрагменты в тексте: «Вы с оружием в руках идете против Германского народа! Мы знаем, что вы идете не по своей воле. Мы знаем, что вы идете под угрозой применения оружия комиссаров. Мы знаем, что многие из вас расстреляны за одно лишь слово» (Голос Ростова, 13 августа 1942).

Таким образом, для читателей коллаборационистской газеты формировалась новая картина мира, где привычные события и явления советской жизни представлялись в отрицательном свете, а оккупация и фашизм являлись единственными возможными способами выхода из кризисной ситуации. Однако трактовка происходящего, которую давали коллаборационисты, шла вразрез с происходящим в реальности, вследствие чего читатели критично относились к публикациям.

В газете «Голос Ростова» широко использовались орфографические приемы. В частности, названия политических, военных органов по правилам русского языка надо было писать с прописной буквы. Но если текст был о Советском Союзе, немцы использовали строчную букву и в тех же самых случаях прописную, если речь шла о Германии [Бусленко 2005, с. 170]. Например, «Не против людей и народов советского союза, которые пали жертвой большевизма, направлено Германское оружие» (Голос Ростова, 1 июля 1942).

В результате анализа мы приходим к выводу, что язык коллаборационистских изданий отличался стереотипностью и тенденциозностью. Высокая доля использования клишированных выражений, штампов, сниженной и ненормативной лексики и политической терминологии стала особенностью, свойственной коллаборационистской прессе как типу издания. Клишированность текстов упрощала работу

сотрудников газет, которые не являлись профессиональными журналистами. В редакциях распространялись брошюры с набором фраз, которые необходимо было использовать в публикациях. Таким образом, нацисты стремились унифицировать и упростить работу коллаборационистов. Однако это приводило к снижению информационной ценности текста, а впоследствии к падению интереса читателей к газете. Пропагандистский эффект от материалов значительно снижался, а к концу оккупации вообще сошел до минимума.

Выводы:

1. Оформление и структура «Голоса Ростова» полностью повторяла структуру аналогичных изданий других регионов. Однако особенностью ростовской газеты стало то, что на первый план вышла тема «нового порядка», поскольку Ростов был в оккупации значительно меньше времени, чем Таганрог. Кроме того, коллаборационистам необходимо было привлечь горожан к восстановлению городского хозяйства крупнейшего центра юга России, разрушенного перед отступлением Красной армии.

2. В «Голосе Ростова» не было профессиональных журналистов или литераторов. Сотрудниками редакции стали чиновники местной немецкой администрации, что привело к низкому качеству материалов подготовленных на местном материале, и большому количеству перепечаток.

3. Неустойчивое положение на фронте и отдаленность от материальных запасов не позволили коллаборационистам полностью наладить работу редакции «Голоса Ростова», в частности создать свое издательство и стать материально независимыми: редакция постоянно испытывала нехватку бумаги и типографской краски, что отразилось на частоте выхода издания.

4. Коллаборационисты охотно эксплуатировали привычные для горожан методы работы советской редакции: была заимствована система распространения тиража, формировались макеты газет, похожие на советские, были взяты на вооружение некоторые приемы в подаче информации. Все это облегчало процесс манипулирования массами.

5. Дозированность и фильтрация информации приводили к тому, что за пределами пропагандистских доктрин существовал полный информационный вакуум. Газета не реагировала на актуальные проблемы жизни города, не полемизировала с другими изданиями. Строго следуя рекомендациям министерства пропаганды Германии, которые не корректировались даже в условиях кардинально изменившейся ситуации, «Голос Ростова» все больше отрывался от реальности.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире национальная безопасность во многом зависит от информационно-пропагандистской работы, проводимой государством. В этой связи Великая Отечественная война является наиболее ярким примером идеологического противостояния двух государств, в котором печать стала одним из самых мощных орудий борьбы с врагом.

После Первой мировой войны руководство фашистской Германии пришло к выводу, что конечной целью пропаганды является контроль над мышлением и поведением массовой аудитории. Для достижения данного результата нацисты обеспечивали себе полный доступ ко всей распространяемой через СМИ информации, создав систему печати, находящуюся под жестким контролем государства. Одной из важных задач немцев стало формирование лояльности населения захваченных ими территорий. Нацисты и коллаборационисты стремились разжечь социальную вражду, обострить межэтнические конфликты, пробудить низменные инстинкты у людей, что позволило бы разобщить советское общество, сделать его послушным воле врага.

Содержательная сторона пропаганды должна была способствовать распаду СССР на отдельные государства, внушить гражданам, что нацисты пришли в страну не как враги, и поэтому необходимо всячески поддерживать новый фашистский режим.

Наше внимание к донскому региону обусловлено особым положением области, которое выделяло ее из ряда других оккупированных территорий. Немецкие захватчики и коллаборационисты учитывали в своей работе, что Ростовская область, как и юго-восток Украины, является многонациональным регионом, подвергшимся расказачиванию, раскулачиванию, репрессиям, запретам религиозных объединений и насильственной ассимиляции коренных народностей. Кроме того, на этих территориях селились ссыльные, которым запрещалось жить в крупных

городах. Таким образом, сложилась аудитория, различная по своему национальному составу, религиозным взглядам и социальному положению, что требовало от фашистских захватчиков отдельного подхода к каждой группе населения.

В связи с этим ведущей формой воздействия на население оккупированных территорий стала коллаборационистская пресса. Особый интерес к периодической печати объяснялся тем, что в 40-е годы XX века газета являлась наиболее распространенным, уважаемым и достоверным источником информации для большинства советских граждан. Для эксплуатации этого доверия фашисты при помощи коллаборационистов создали разветвленную систему периодики: по нашим подсчетам на территории 50 оккупированных в годы войны регионов выходило до 700 подобных изданий. Масштаб явления, а также характер коммуникации позволили нам выделить коллаборационистскую периодику в отдельный тип прессы. Сложная социальная структура населения донского региона предопределила появление на его территории как общественно-политических изданий для всех, так и специализированных, учитывающих интересы определенного сегмента аудитории.

Система коллаборационистской периодики (в том числе и донского региона) была полностью подконтрольна оккупантам. Акцентируем внимание на том, что каждый номер перед выходом в свет проходил строгую цензуру, и на последней полосе обязательно ставились выходные данные контролирующих органов.

В нашем исследовании мы выделили основные отличительные особенности функционирования названной периодики на территории области. Отметим, что согласно планам нацистов Ростовская область являлась частью новой административной единицы – рейхскомиссариата «Украина». Создание административной единицы, объединившей несколько регионов, привело к тому, что редакционная и хозяйственная политика изданий, выходивших в рейхскомиссариате, была схожа. Планировалось

централизованное снабжение редакций бумагой и краской, но издания донского региона не смогли воспользоваться ресурсами, находящимися на Украине, так как издавались в прифронтовых городах («Голос Ростова»).

По этой причине указанным изданиям приходилось самостоятельно искать материалы для типографий. Они использовали ресурсы типографий захваченных городов, что также способствовало тому, что внешний вид изданий был схож с теми, которые выходили при советской власти. Для решения материально-финансовых проблем на базе донских редакций создавались не только издательства, но и многопрофильные компании, которые владели типографиями, магазинами, квартирами и земельными паями.

Для достижения рентабельности была создана жесткая система распространения периодики, которая позволяла охватить наибольшее число жителей оккупированных районов. Система включала как традиционную розницу и привычную для советских граждан обязательную подписку, так и распространение среди определенных аудиторных групп: атаманы принудительно распространяли газеты и журналы среди казаков, администрация заводов – среди рабочих, старосты – среди сельских жителей. Кроме того существовали газетные витрины, которые располагались на самых оживленных улицах населенных пунктов. Отличительной особенностью всей периодики рейхскомиссариата стало появление акцессорного распространения тиража, когда отсутствовала территориальная граница распространения газет, в связи с чем в донском регионе появились украинские издания, а в Украине – донские.

Однако все эти меры не решали основную проблему коллаборационистских редакций региона – кадровый голод. Благодаря грамотной политике большевиков на Дону все журналистские кадры были перевезены в тыл, где продолжили выпуск советских изданий, предназначенных для оккупированных территорий. По этой причине своих сотрудников коллаборационистским изданиям пришлось искать в основном в

оккупационных администрациях. Работники редакций ранее не занимались выпуском газет, и это привело к тому, что коллаборационистские газеты утратили свою творческую самостоятельность, которая была у работников других регионов: в газетах появилось огромное количество перепечаток.

Наше исследование показало, что формы и методы подачи информации в коллаборационистских изданиях позволяли журналистам представлять в выгодном свете действия оккупантов. Проанализировав подшивки газет и журналов, мы выделили группу тем, которые относятся к «общим местам» коллаборационистской периодики (антибольшевизм, антисемитизм), и несколько тем, важных для южного региона СССР (национализм, аграрная политика). Поддержка коренных наций была одной из ведущих тем: огромное значение придавалось национальной самобытности, сравнению менталитета различных народов с русским характером. Все это должно было позволить оккупантам закрепиться на захваченных территориях.

Сложным для решения остается вопрос об оценке степени эффективности нацистской пропаганды, поскольку измерить ее не представляется возможным. Несмотря на большое количество воспоминаний, остаются сомнения в их надежности, поэтому все выводы будут условными. Немецкая пропаганда использовала огромный разветвленный аппарат и технические средства в качестве оружия в войне, однако централизация всей системы делала ее неповоротливой и не реагирующей на происходящие события. Это привело к тому, что эффект от пропаганды в конце войны был минимален. Но, на наш взгляд, главной причиной провала нацистской пропаганды на оккупированных территориях СССР стало невероятное желание советского народа победить врага, защитить Родину и отстаивать свое право на мирную жизнь.



## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий / А.И. Акопов. – Иркутск: Издательство Иркутского университета, 1985. – 252 с.
2. Акопов, А.И. Периодические издания: учебно-методическое пособие / А.И. Акопов. – Ростов-на-Дону: Книга, 1995. – 120 с.
3. Александров, К.М. Русское казачество во второй мировой войне: трагедия на Драве, декабрь 1944 г. / К.М. Александров // Новый часовой. Русский военно-исторический журнал. – 2001. – №11-12 – С.118-119.
4. Альтман, И.А. Пресса оккупационная/ И.А. Альтман//Холокост на территории СССР: Энциклопедия. – М.: РОССПЭН: НПЦ «Холокост», 2009. – 1143 с.
5. Аникеев, А.А. НСДАП: идеология, структура и функции / А.А. Аникеев, Г.И. Кольга, Н.Э. Пуховская. – Ставрополь: Издательство Ставропольского государственного университета, 2000. – 307 с.
6. Аникеев, В.Е. История французской прессы (1830-1945) (учебное пособие). – М, 1999. – 423 с.
7. Ахмадулин, Е.В. Основы теории журналистики. Учебное пособие / Е.В. Ахмадулин. – Ростов-на-Дону: Март, 2005. – 350 с.
8. Бакшин, В.В. Оформление газет разного типа / В.В. Бакшин. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1981. – 142 с.
9. Баранов, А.Н. Введение в прикладную лингвистику / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
10. Баранов, А.В. Опыт текстового анализа газеты / А.В. Баранов // Количественные методы в социальных исследованиях. – М.: ИКСИ АН СССР. – 1968. – № 9. – С. 15-18.
11. Беглов, С.И. Внешнеполитическая пропаганда. Очерки теории и практики / С.И. Беглов. – М.: Высш. школа, 1980. – 333 с.

12. Беспалова, А.Г. История отечественной журналистики XX – начала XXI века: учебник/ А.Г. Беспалова. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2014 – 352 с.
13. Беспалова, А.Г., Корнилов, Е.А., Короченский, А.П., Лучинский, Ю.В., Станько, А.И. История мировой журналистики/А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько.- М.:МАРТ, 2003. – 331 с.
14. Бернев, С.К. Периодическая печать на оккупированной территории / С.К. Бернев // Вестник Новгородского государственного университета. – В. Новгород, 2008. – №49. – С.25-29.
15. Бехтерев, В.М. Внушение и его роль в общественной жизни / В. М. Бехтерев. – СПб: Издание К.Л. Риккера, 1908. – 500 с.
16. Блажнов, Е.А. Пропаганда и журналистика: лекции по курсу «Науч. основы пропаганды и методы идеологической работы» / Е.А. Блажнов. – М.: Изд-во МГУ, 1982. – 152 с.
17. Болинджер, Д. Истина – проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия / Д. Болинджер. – М.: Прогресс, 1998. – С. 215 - 221
18. Болтаева, С.В. Ритмическая организация суггестивного текста: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Болтаева Светлана Владимировна. – Екатеринбург, 2004. – 24 с.
19. Болтин, Е.А. Немецко-фашистский оккупационный режим / Е.А. Болтин. – М.: Политиздат, 1963. – 386 с.
20. Болсун, Г.А. Образ врага в советской и немецкой пропаганде в годы Великой Отечественной войны / Г.А. Болсун // Победа одна на всех. – Витебск, 2014. – С.152-172.
21. Болсун, Г.А. Противостояние немецкой и советской пропаганды на оккупированной территории Беларуси (1941 -1944 гг.): дис. ...канд. ист. наук: 07.00.02 / Болсун Галина Александровна. – Минск, 1999. – 168 с.

22. Борматова, А.Р. Печать периода Великой отечественной войны на территории Курской области: дис. ... кан.ист. наук: 07.00.02 / Бормотова Александра Руменовна. – Курск, 2010. – 228 с.
23. Бусленко, Н.И. Журналистика: социологические, правовые, политологические измерения / Н.И. Бусленко. – Ростов-на-Дону: Ростиздат, 2005. – 232 с.
24. Великая Отечественная война 1941-1945: Энциклопедия / Под ред. М.М. Козлова. – М.: Официальное издание Минобороны СССР, 1985. – 750 с.
25. Верещагин, Е.М. К психологической теории слова. Текст лекций / Е.М. Верещагин. – М.: Русский язык, 1980. – 320 с.
26. Виноградов, В.В. Основные вопросы синтаксиса предложения (на материале русского языка). Избранные труды / В.В. Виноградов. – М.: Наука, 1975. – 352 с.
27. Волковский, Н.Л. История информационных войн. В 2-х частях. Часть 2. / Н.Л. Волковский. – СПб.: Полигон, 2003. – 384 с.
28. Волошин, В., Ратник, В. Вчера была война / В. Волошин, В. Ратник. – Таганрог: Лукоморье, 2008. – 504 с.
29. Войтасик, Л. Психология политической пропаганды / Л. Войтасик. – М.: Прогресс, 1981. – 281 с.
30. Волкогонов, Д.А. Психологическая война : Подрывные действия империализма в области общественного сознания / Д.А. Волкогонов. – М.: Воениздат, 1984. – 239 с.
31. Вороненкова, Г.Ф. Путь длиной в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии / Г.Ф. Вороненкова. – М.: МГУ, 2011. – 640 с.
32. Гаврилин, А.А. Газета «Тевіја» о религии и церкви в 1941 – 1945 гг. [Электронный ресурс] / А.А. Гаврилин // url: <https://www.rusoir.ru/03print/04/33/> (дата обращения 05.07.2013).

33. Галкин, А.А. Германский фашизм / А.А. Галкин. – М.: Наука, 1989. – 352 с.
34. Герцштейн, Р.Э. Война, которую выиграл Гитлер / Р.Э. Герцштейн.- Смоленск: Русич, 1996. – 637 с.
35. Гилязов, И.А. Коллаборационистское движение среди тюркомусульманских военнопленных и эмигрантов в годы Второй мировой войны: дис. . . . док. ист. наук: 07.00.02 / Гилязов Искандер Аязович. – Казань, 2000. – 400 с.
36. Гриднев, В.М. Борьба крестьянства оккупационных областей РСФСР против немецко-фашистской оккупационной политики. 1941-1944 / В.М. Гриднев. – М.: Наука, 1976. – 231 с.
37. Грибков, И. В. Периодическая печать на временно оккупированных территориях / И.В. Грибков // Эхо войны. – 2008. – № 3. – С. 16-20.
38. Грибков, И.В. Издательская деятельность православной церкви на оккупированных территориях в 1941-1945 гг. [Электронный ресурс] / И.В. Грибков // Электронный научно-образовательный журнал. – № 1. – 2013. Режим доступа: <http://st-hum.ru/content/gribkov-iv-izdatelskaya-deyatelnost-pravoslavnoy-cerkvi-na-okkupirovannyh-territoriyah-v>.
39. Грибков, И.В. Русские газеты на оккупированной советской территории (1941-1944) / И.В. Грибков, Л.А. Молчанов // Новый исторический вестник. – М.: Журнал Российского государственного гуманитарного университета, 2007. – № 2. – С.12-13.
40. Грибков, И.В. Газеты на оккупированной территории СССР на русском языке в период Великой Отечественной войны (1941-1944гг.): источниковедческое исследование: дис...канд. ист. наук: 07.00.09 / Грибков Иван Владимирович. – Москва, 2016. – 262 с

41. Гуревич, С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. Учебное пособие для вузов / С.М. Гуревич. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
42. Гогун, А. Методы нацистской пропаганды в психологической войне / А. Гогун // Общественно-политический и культурно-просветительский журнал Еврейских общин России, Украины и других стран СНГ. – 2004. – №23. – С.120-135.
43. Горелкин, В.А. Пропагандистская деятельность нацистской Германии среди военнослужащих Красной Армии и населения временно оккупированных территорий СССР в период Великой Отечественной войны: 1941-1945: дис...канд. ист. наук: 23.00.02 / Горелкин Виталий Александрович. – Волгоград, 2003. – 196 с.
44. Гронская, Н.Э. Языковые механизмы манипулирования массовым политическим сознанием // Вестник Нижегородского лингвистического университета. – Нижний Новгород, 2000. – С. 220-231.
45. Данилов, А.А. История России XX века / А.А. Данилов. – М.: Клио Софт Год, 2000. – 250 с.
46. Данилова, А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А.А. Данилова – М.: Добросвет, КДУ, 2011. – 232 с.
47. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
48. Демьянков, В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия / В.З. Демьянков // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М.: ИНИОН, 1989. – С. 13-40.
49. Даничев, В.И. Банкротство стратегии германского фашизма. Исторические очерки. Документы и материалы: в 2 тт. / В.И. Даничев. – М.: Наука, 1973. – 2 т. - 413 с.
50. Дзялошинский, И.М. Как создаются «герои» и «дьяволы» / И.М. Дзялошинский // Советник, 1997. – №1. – С.45-50.

51. Долгушина, Е.К. Особенности языка современной массовой и качественной прессы России: Лексический аспект: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.01.10 / Долгушина Екатерина Константиновна. – М., 2004. – 26 с.
52. Донские казаки в прошлом и настоящем / Под общ. ред. Ю.Г. Волкова. – Ростов-на-Дону: Донской издательский дом, 1998. – 157 с.
53. Доронина, Н.В. Нацистская пропаганда на оккупированных территориях Ставрополя и Кубани в 1942-1943 гг.: цели, особенности, крах: дис...канд. ист. наук: 23.00.02 / Доронина Наталия Викторовна. – Ставрополь, 2005. – 196 с.
54. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. — М.: ЧеРо, 1997. — 250 с.
55. Жирков, Г.В. Журналистика сталинской эпохи: 1928—1950-е годы / Г.В. Жирков. — М.: Флинта: Наука, 2016. — 504 с.
56. Елисеева, С.С. Манипулятивные приемы создания отрицательных и положительных образов политиков в жанре комментированной цитаты / С.С. Елисеева // Речевое общение: специализированный вестник. – Вып. 5-6 (13-14). – Красноярск, 2004. – С. 168-177.
57. Ермоленкина, Л.И. Информационное событие как репрезентация картины мира радиодискурса / Л.И. Ермоленкина // Филология. – 2010. – № 3. – С. 75-77.
58. Ермолов, И.Г. Возникновение и развитие советского военно-политического коллаборационизма на оккупированных территориях СССР в 1941-44 гг.: автореф. дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Ермолов Игорь Геннадьевич. – Тверь, 2005. – 24 с.
59. Ермолов, И. Г. Три года без Сталина. Оккупация: советские граждане между нацистами и большевиками. 1941-1944 / И. Ермолов. – М.: Центрполиграф, 2011. – 430 с.

- 60.Есин, Б.И. Русская газета и газетное дело в России: задачи и теоретико-методологические принципы изучения / Б.И. Есин. – М.: Издательство МГУ, 1981. – 247 с.
- 61.Есипов, А.Л. Коллаборационистские периодические издания на оккупированной территории областей Центральной России / А.Л. Есипов // Пятые Денисьевские чтения. – Орел, 2008. – С.185-196.
- 62.Жанры советской газеты / Под ред. М.С. Черепанова. – М.: Издательство Высшая школа, 1972. – 317 с.
- 63.Желеев, Ж. Фашизм и тоталитарное государство / Ж. Желеев. – М.: Издательство «Новости», 1991. – 336 с.
- 64.Журавлев, Е.И. Немецкий «новый порядок» на Юге России (1941 - 1943 гг.) и причины его краха в 1943 году / Е.И. Журавлев // Мы Победу приближали, как могли. – Ставрополь, 2005. – 222 с.
- 65.Жуков, В.М. Таганрог. Огненные годы / В.М. Жуков. – Таганрог: Сфинкс, 1993. – 190 с.
- 66.Жуков, Д.А. Власовцы и нацистская пропаганда / Д.А. Жуков. – М.: Издательство АСТ, 2000. – 40 с.
- 67.Жумарь, С.В. Оккупационная периодическая печать на территории Беларуси в годы Великой Отечественной войны / С.В. Жумарь. – Минск, 1996. – 75 с.
- 68.Земская, Е.А. Язык как деятельность. Морфема. Слово. Речь / Е.А. Земская. – М.: Языки славянских культур, 2004. – 656 с.
- 69.История мировой журналистики / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский, А.И. Станько. – М.-Ростов-на-Дону: ИЦ «Март», 2003. – 331с.
- 70.Ивин, А.А. Логика для журналистов / А.А. Ивин. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 150 с.
- 71.Ильясова, С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. – М.: Флинта, 2009.- 296 с.

72. Исторические аспекты теории и практики информационно-психологического воздействия [Электронный ресурс] / режим доступа: url [www.vrazvedka.ru](http://www.vrazvedka.ru) (дата просмотра 15.09.2012).
73. Калашников, К.Ф. Политическая агитация в условиях Отечественной войны (Из опыта Московской городской партийной организации) / К.Ф. Калашников. – М.: Госполитизд, 1941. – 54 с.
74. Катенева, И.Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ: автореф. дис. ...филол. наук :10.02.01 / Катенева Ирина Геннадьевна. – Новосибирск, 2012. – 23 с.
75. Кахужева, З.Г. Структурные модели новостной заметки в газетной публицистики / З.Г. Кахужева // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2001. – № 4. – С.10-15.
76. Кинка, С. Оккупационные газеты как источник по истории Одессы периода 1941-44 годов [Электронный ресурс] / С. Кинка // url: [www.history.odessa.ua](http://www.history.odessa.ua).
77. Кирсанов, Н.А. Великая Отечественная война 1941–1945 гг.: Национальные и добровольческие формирования по разные стороны фронта / Н.А.Кирсанов, С.И. Дробязко // Отечественная история. – 2001. – №6. – С.66-68.
78. Клемпелер, В. Язык Третьего Рейха. Записная книжка филолога / В.Клемпелер. – М.: Прогресс – Традиция, 1998. – 117 с.
79. Клюев, Е.В. Речевая коммуникация / Е.В. Клюев. – М.: Рипол Классик, 1998. – 320 с.
80. Коваль, М. В. Общественно-политическая жизнь трудящихся Украинской ССР в период Великой Отечественной войны / М. В. Коваль. – К.: Наук. Думка, 1977. – 203 с.
81. Ковалев, Б.Н. Нацистская оккупация и коллаборационизм в России 1941-1944 / Б.Н. Ковалев. – М.: Издательство АСТ, Транзиткнига, 2004. – 483 с.



82. Ковалев, Г.А. Три парадигмы в психологии — три стратегии психологического воздействия / Г.А. Ковалев // Вопросы психологии. — 1987. — №3. — С. 41-49.
83. Комаров, Д.Е. Пресса германских властей на оккупированной территории СССР / Д.Е. Комаров // Отечественные архивы. — 2005. — No2. — С. 44-52.
84. Комков, Г.Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной войны. 1941-1945 гг. / Г.Д. Комков. — М.: Наука, 1983. — 297 с.
85. Кондакова, Н.И. Идеологическая победа над фашизмом (1941-1945 гг.) / Н.И. Кондакова. — М., 1982. — 300 с.
86. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики. Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 320 с.
87. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В.Г. Костомаров. — М.: Изд-во АН СССР, 1971. — 250 с.
88. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В. Г. Костомаров. — М.: МГУ, 1976. — 266 с.
89. Костюченков, А.А. Периодическая печать на оккупированной территории Смоленщины / А.А. Костюченков // Вестник «Катынского мемориала». — Смоленск, 2010. — № 10. — С.40-45.
90. Корнилов, Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е.А. Корнилов. — Ростов-на-Дону: Книга, 1999. — 383 с.
91. Крикунов, П.Н. Идеология и политика в коллаборационистской среде казачества в годы Второй мировой войны: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Крикунов Петр Николаевич. — М., 2004. — 181 с.
92. Крысько, В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В.Г. Крысько. — Минск: Харвест, 1999. — 450 с.

93. Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000)/И.В. Кузнецов. – М.:Флинта:Наука, 2002. – 415с.
94. Лазарева, Э.Л. Системно-стилистические модели газеты / Э.Л. Лазарева. – Екатеринбург: Наука, 1993. – 110 с.
95. Лебон, Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. – СПб.: Макет, 2001. – 345 с.
96. Линец, С.И. Северный Кавказ накануне и в период немецко-фашистской оккупации: состояние и особенности развития (июль 1943- октябрь 1943гг.) / С.И. Линец. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 245 с.
97. Ломакин, Н. Неизвестная блокада / Н. Ломакин. – С.-Пб.: Изд. дом «Нева», 2004. – 493 с.
98. Ломовцев, А.И. СМИ и их воздействие на массовое сознание в годы Великой Отечественной войны (на материалах Пензенской области): дис. ...канд.ист.наук: 07.00.02 / Ломовцев Александр Иванович. – Пенза, 2002. – 178 с.
99. Лысакова, И.П. Тип газеты и стиль публикации / И.П. Лысакова. – Л.: Издательство ЛГУ, 1989. – 184 с.
100. Макаревич, Э. Германия: программирование человека / Э. Макаревич // Диалог. – 1993. – №4. – С.23-25.
101. Макаров, О.Ю. Коллаборационизм и сотрудничество в Великой Отечественной войне / О.Ю. Макаров // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. – Нижний Новгород, 2011. – № 3. – С.187-189.
102. Македонская, В.А. Информационно-психологическое воздействие немецко-фашистской пропаганды на вооруженные силы СССР и население временно оккупированных территорий РСФСР в годы Великой Отечественной войны / В.А. Македонская, В.М. Шестова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы

- теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 3. – Ч. 2. – С. 144-149.
103. Малышев, А.В. Средства массовой информации Юга России в годы Великой Отечественной войны (на материалах Дона, Кубани и Ставрополья): дис. ...канд. ист. наук: 07.00.02 / Малышев Александр Викторович. – Ростов-на-Дону, 2001. – 170 с.
104. Маркедонов, С. Государевы слуги или бунтари-разрушители? Консерватизм и традиционализм на юге России / С. Маркедов. – Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ, 2002. – 153 с.
105. Маркусенко, И.С. Дон в Великой Отечественной войне / И.С. Маркусенко. - Ростов-на-Дону: Ростовское книжное издательство, 1977. – 77с.
106. Мильчин, А.Э. Издательский словарь-справочник / А.Э. Мильчин. – М.: ОЛМА-Пресс, 2006. – 450 с.
107. Молчанов, Л.А. Русские профашистские газеты, издававшиеся на оккупированной территории СССР (1941 – 1944 гг.) / Л.А. Молчанов // СССР в Великой Отечественной войне 1941-1945: новое в исследовании и освещении в учебной литературе. – М.: МГУ, 2005. – С. 35-40.
108. Нацистские газеты оккупированной Латвии [Электронный ресурс] / url: <http://planetasmi.ru/blogi/comments/21651.html> (дата обращения 12.12.2012).
109. Овсепян, Р.П. История отечественной журналистики XX века / Р.П. Овсепян. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2008. – 416 с.
110. О कोरोков, А. Русская эмиграция / А. О कोरोков. – М.: ИПВА, Центр изучения русского зарубежья, 2003. – 213 с.
111. О कोरोков, А. Особый фронт. Немецкая пропаганда на Восточном фронте в годы второй мировой войны [Электронный ресурс] / А. О कोरोков // [www.fedydiary.ru](http://www.fedydiary.ru).

112. Оккупация города Сталино по страницам газеты «Донецкий вестник» [Электронный ресурс] // [www.infodon.org.ua/stalino/203](http://www.infodon.org.ua/stalino/203).
113. Оленина, И.Н. К вопросу о немецко-фашистском оккупационном режиме / И.Н. Оленина // Великая Отечественная война: правда и вымысел: Сб. статей. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. – С.25-27.
114. Оленхович, Д. Они сражались за Родину. Газета «За Родину» в системе оккупационной политике Третьего Рейха [Электронный ресурс] / Д.Оленхович // url: <http://shh.neolain.lv/seminar23/alm10 olenxovis.htm> (дата обращения 11.12.2012).
115. Орлов, Ю.Я. Крах немецко-фашистской пропаганды в период войны против СССР / Ю.Я. Орлов. – М.: Изд-во МГУ, 1975. -186 с.
116. Острогорский, В.М. Осторожно: «Немецкая волна»: Истоки и история западногерманского иновещания / В.М. Острогорский. – М.: Изд-во «Искусство», 1985. – 254 с.
117. Остроушко, Н.А. Речевое воздействие как лингвистическая проблема (к понятию языкового манипулирования) / Н.А. Остроушко // Мир русского слова. — 2002. — №5. — С. 86-91.
118. Организация фашистской пропаганды на оккупированной территории Белоруссии [Электронный ресурс] / url: <http://propagandahistory.ru/305/Organizatsiya-fashistskoj-propagandy-na-okkupirovannoy-territorii-Belorussii/> (дата обращения 25.07.2013).
119. Пальчиков, И.А. История генерала Власова / И.А. Пальчиков // Новая и новейшая история, 1993. – №2. – С.15-19.
120. Печенкин, П.Е. Языковые средства реализации иронии в политическом медиа-дискурсе / П.Е. Печенкин, С.Л. Васильева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2014. – № 4 (34). – С. 170-173.

121. Пропаганда в Третьем Рейхе [Электронный ресурс]/url: [www.historicus.ru](http://www.historicus.ru) (дата просмотра 15.08.2011).
122. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики / А.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
123. Пронин, Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия / Е.И. Пронин. – М.: Издательство МГУ, 1981. – 346 с.
124. Пронин, Е.И. Выразительные средства журналистики. Учеб.-метод. пособие для студентов-заочников фак. и отд-ний журналистики гос. ун-тов / Е.И. Пронин. – М.: Издательство МГУ, 1980. – 346 с.
125. Прутцков, Г.В. История зарубежной журналистики 1929-2011 / Г.В. Прутцков. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 431 с.
126. Путлиц, В. По пути в Германию / В.Путлиц. – М.: Иностранная литература, 1957. – 368 с.
127. Работа над словом. Язык, стиль и литературное редактирование газеты / Андрей Захарович Огороков, Александр Андреевич Круглов, Г.С. Оганов. – М. : Политиздат, 1971. – 184 с.
128. Рахманова, Л.И. Современный русский язык: Лексика, Фразеология, Морфология / Л.И. Рахманова, В.Н. Суздальцева. - М.: Изд-во МГУ, ЧеРо, 1997. – 480 с.
129. Розенталь, Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке для работников печати / Д.Э Розенталь. - 5-е изд., испрв. и доп. – М.: Наука, 2004. – 321 с.
130. Романько, О.В. Легион под знаком Погони. Белорусские коллаборационистские формирования в силовых структурах нацистской Германии (1941-1945) [Электронный ресурс] / О.В. Романько // [lib.rus.ec/b/214458/read](http://lib.rus.ec/b/214458/read).
131. Рубанова, Т.Д. Войны газетная строка: особенности функционирования периодической печати на временно оккупированной территории в годы Великой Отечественной войны

- / Т.Д. Рубанова // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – Челябинск, 2015. – № 2. – С.7 – 22.
132. Самарин, В. Пропаганда и печать на оккупированных территориях / В. Самарин // Журнал российских и восточноевропейских исторических исследований. – М., 2010. – №№2-3. – С.76-83.
133. Саченко, И.И. Война и публицистика / И.И. Саченко. – М.: Политиздат, 1980. – 465 с.
134. Свечникова, С.В. Образ фашистской Италии в нацистской пропаганде: механизмы воздействия на немецкое общество. 1933-1939: дис. ...канд. ист. наук: 07.00.03 / Свечникова Светлана Владимировна. – М., 2006. – 168 с.
135. Семиряга, М.И. Коллаборационизм. Природа, типология и проявления в годы Второй мировой войны / М.И. Семиряга. – М.: Акад. воен. наук. – РОССПЭН, 2000. – 697 с.
136. Селюнин, В.А. Юг России в войне 1941–1945 гг. / В.А. Селюнин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1995. – 347 с.
137. Слободенюк, И.Н. Славные страницы истории. Печать подполья и партизан в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 / И.Н. Слободенюк. – М.: Знание, 1962. – 256 с.
138. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка: падручнік/ А.Г. Слука. – Минск, 2011. – С. 224-225.
139. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / Под ред. Н.Ю. Шведовой. – М., 1985. – 922 с.
140. Смелкова, З.С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. (Учебное пособие) / З.С. Смелкова, Л.В. Ассуирова, М.Р. Савова, О.А. Сальникова. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 312 с.
141. Стилистика газетных жанров / Под ред. Д.Э.Розенталя. – М.: Издательство МГУ, 1981. – 327 с.

142. Советско-английские отношения во время Великой Отечественной войны 1941-1945: документы и материалы / Под ред. Г.Л. Арбатова. – М.: Политиздат, 1983. – Т.1. – 277 с.
143. Солганик, Г.Я. Системный анализ газетной лексики и истоки ее формирования / Г.Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1968. – 315 с.
144. Солганик, Г.Я. Лексика газеты. Функциональный аспект / Г.Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1991. – 112 с.
145. Социальная практика и журналистский текст / Под ред. Я. Н. Засурского, Е. И. Пронина. – М.: Издательство МГУ, 1990. – 189 с.
146. Судьба военнопленных и депортированных граждан СССР. Материалы комиссии по реабилитации жертв политических репрессий // Новая и новейшая история. – 1996. – № 2. – С.95-101.
147. Тарасов, Е.Ф. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Е.Ф. Тарасов. — М.: Наука, 1990. — 136 с.
148. Терешина, О.В. Коллаборационистская псковская газета «За Родину» (1942 - 1944 гг.) / О.В. Терешина // Отечественные архивы. –2013. –№6. –С. 50-60.
149. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
150. Техника дезинформации и обмана / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Мысль, 1978. – 346 с.
151. Титов, Ф. Клятвопреступники // Неотвратимое возмездие: Сб. статей / Под ред. Н. Ф. Чистякова, М. Е. Карышева. – М.: Воениздат, 1973. – 452 с.
152. Типпельскирх, К. История Второй мировой войны / К. Типпельскирх. – СПб-М.: Полигон – АСТ, 1999. – 567 с.
153. Типпельскирх, К. Итоги Второй мировой войны. Выводы побежденных / К. Типпельскирх, А. Кессельринг, Г. Гудериан. – СПб.-М.: Полигон, АСТ, 1998. – 513 с.

154. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2010. – 784 с.
155. Тяглый, М.И. Антисемитская доктрина и ее место в пропагандистской модели, реализованной нацистами в оккупированном Крыму. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pseudology.org/Crimea/AntisemitCrimea.htm> (дата обращения 01.11.2012).
156. Худабородов, А.Л. Российское казачество в эмиграции и вторая мировая война. Казачество России (XX век) / А.Л. Худабородов. – Оренбург: Наука, 2000. – 173 с.
157. Цыганок, А.Д. О политическом, военном и религиозном коллаборационизме в СССР в годы Великой отечественной войны. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tsiganok.ru/publications/esmi/doc/46/> (дата обращения 01.11.2012).
158. Уракчеева, Ю. Жанр репортажа в российской и немецкой журналистике. История и современное состояние. Магист. дисс. — Ростов-на-Дону, 2003. /url: [www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/report](http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/report) (дата просмотра 27.06.2013).
159. Филоненко, С.И. Психологическая война на Дону. Мифы фашистской пропаганды 1942-43. / С.И. Филоненко, М.И. Филоненко. – Воронеж: Кварта, 2006. – 115 с.
160. Филоненко, М.И. Психологическая война немецко-фашистских войск против частей Красной Армии и населения временно оккупированных территорий в годы Великой Отечественной войны (на материалах Воронежской области 1942–1943 гг.) / Филоненко Михаил Иванович. – Воронеж, 2006. – 208 с.
161. Хмельницкий, Д.И. Нацистская пропаганда против СССР. Материалы и комментарии. 1941 – 1945 / Д.И. Хмельницкий. – М.: Центрполиграф, 2010. – 169 с.



162. Чанкаева, Д.С. Печать Северного Кавказа в годы Великой Отечественной войны (1941-1945): автореф. дис. ...ист. наук: 07.00.02 / Чанкаева Джульетта Солтановна. – Ставрополь, 1999. – 23 с.
163. Юденков, А.Ф. Идеологическая работа партии среди населения оккупированных советских территорий / А.Ф. Юденков. – М.: Мысль, 1976. – 456 с.
164. Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – Спб.: Питер, 2001. – 237 с.
165. Червякова, А.А. Власовское движение и массовое сознание в годы Великой Отечественной войны: дис. ... канд.ист.наук: 07.00.02 / Червякова Алла Александровна. – Ростов-на-Дону, 2005. – 200 с.
166. Чиж, О.К. Речевые средства воздействия на общественное сознание: языковое манипулирование в СМИ / О.К. Чиж // Молодой ученый, 2012. – №3. – С.282-284.
167. Шарончикова, Л. В. Пресса Франции в меняющемся мире / Л.В. Шарончикова. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2006. – 416с.
168. Шанцева, Е.Н. Генезис партизанского движения и коллаборационизма в Великой Отечественной войне: на примере оккупированной территории Брянского региона: август 1941 – сентябрь 1943 гг: автореф. дис. ...ист.наук: 07.00.02 / Шанцева Елена Николаевна. – Курск, 2011. – 26 с.
169. Шейнов, В.П. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования) / В.П. Шейнов. – М.: Издательство АСТ, 2001. – 278 с.
170. Шиллер, Г. Манипуляция и программирование сознания / Г. Шиллер // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход / Под ред. Д.Я. Райгородского. – Самара: ИД Бахрах-М, 2001. – 150 с.

171. Яблоновская, Н.В. Оккупационная газета «АЗАТ КЪРЫМ» (1942-1944): национальная пресса в контексте информационной войны [Электронный ресурс] / Н.В. Яблоновская // Культура народов Причерноморья. — 2005. — №62. — С. 107-110/[url: http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp62/knp62\\_107-110.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp62/knp62_107-110.pdf) (дата обращения 07.07.2013).
172. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды: печать, радио, телевидение, документальное кино / Под ред.: Д. Э. Розенталь . – М. : Изд-во МГУ, 1980 . – 256 с.
173. Якутин, А.В. Организация оккупационного режима на территории Смоленской области (июль 1941 г. – сентябрь 1943 г.): дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Якутин Александр Владимирович. – Смоленск, 2009. – 230 с.
174. Бойко, Ю. "Українське слово" у 1941 році / Ю. Бойко. – Гейдельберг: Вибране, 1990. – Т. 4. – С. 276-288
175. Луцький, О. І. Офіційна україномовна преса Галичини періоду німецької окупації (1941-1944 рр.): умови і проблематика публікацій / О. І. Луцький // Українська періодика: Історія і сучасність. Доповіді і повідомлення третьої Всеукр. наук.-теор. конф. 22-23 груд. 1995 р., – Л., 1995. – С. 107-121
176. Сучкова, О.Ю. Антисемітська пропаганда на сторінках окупаційної преси міст Сталіно, Бахмута, Горлівки та Костянтинівки / О.Ю. Сучкова, В. І. Солдатова // Минуле і сучасне Волині і Полісся. Ковель і ковельчани в історії Волині. Матеріали Всеукраїнської наукової історико-краєзнавчої конференції. Збірник наукових праць. - Луцьк, 2003. – Ч. 1 – С.320.
177. Титаренко, Д. Офіційна преса Донеччини в період німецько-фашистської окупації (1941-1943 рр.) / Д. Титаренко // Зб. праць науково-дослідного центру періодики . – Л.: ЛНБ ім. В. Стефаника, 2000. – Вип. 8. – С. 202-204.

178. Черняков, Б. І. Окупаційна преса Райхскомісаріату Україна/ Б. І. Черняков // 36. праць Науково-дослідного центру періодики. – Л.:ЛНБ ім. В. Стефаника, 2003. – С. 152-159.
179. Welch, D. The Third Reich politics and propaganda/ David Welch . – London, New York: Taylor and Francis, 2007. – 260p.
180. Cohen, Ph. Serbia's Secret War: propaganda and the deceit of history / Philip Cohen. – Texas, 1996. – 710 p.
181. Hafher, S. Germany: Jekyll&Hyde. 1939 – Deutschland von flinen betrachtet Berlin, 1996. – 415 p.
182. Longerich, P. Nationalsozialistische Propaganda // Deutschland 1933-1945. Neue Studien zur nationalsozialistischen Herrschaft. Duesseldorf 1993. - S. 291-314.
183. Vondung, K, Magie und Mara'pulationa Ideologischer Kult und politische Religion des Nationalsoaalismus. Goettingen, 1971. - 575 p.
184. Wistrich, R. S. Ein Wochenende in Muenchen. Kunst, Propaganda und Terror im Dritten Reich. Frankfurt/M., 1996. – 320 p.

#### **Список использованных источников:**

Архивные источники:

1. Таганрогский филиал государственного архива Ростовской области (Таг. ГАРО) Фонд – Р-604, опись -1, дело-1, 2.
2. ГУ «Центр документации новейшей истории Ростовской области» (ГУЦДНИРО) Фонд – 3,4 опись-1, дело – 1, 2.

Коллаборационистские периодические издания:

1. Газета «Новое слово» 1941-1943гг. – №№ 1-227.
2. Газета «Голос Ростова» 1942-1943 гг. – №№1-77.
3. Газета «Казачий вестник» 1941-1975 гг. – №№1-90.
4. Газета «Доброволец» 1941-1944 гг. – №№1-95.

5. Газета «Голос Крыма» 1942-1943 гг. – №№ 23, 32, 60, 68, 110,70, 71, 94, 105, 110.
6. Газета «Донецкий вестник» 1941-1943гг. – №№48, 75, 80, 94, 101.
7. Газета «Эхо Приазовья» 1941-1943 гг. – №№ 34, 74, 100.
8. Газета «Православный христианин» 1942 г. №№1-14.
9. Журнал «На казачьем посту» 1943-1945 гг. №№1-42.