

## СТРАТЕГІЇ ВПЛИВУ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ У НАЦІОНАЛ-СОЦІАЛІСТИЧНІЙ НІМЕЧЧИНІ

**Дмитрашко С. А.,**

*кандидат політичних наук,*

*старший викладач кафедри соціології, філософії і права*

*Одеської національної академії харчових технологій*

Стаття присвячена дослідженню інформаційних, культурних, технологічних впливів на масову свідомість. Виявлення й аналіз стратегій впливу дозволить виробити шляхи захисту свободи особистості в сучасному світі соціогуманітарних технологій.

Статья посвящена исследованию информационных, культурных, технологических влияний на массовое сознание. Выявление и анализ стратегий влияния позволит выработать пути защиты свободы личности в современном мире социогуманитарных технологий.

The article is devoted to the study of information, cultural, technological influences on the mass consciousness. Identification and analysis of strategies of influence will allow developing ways of protecting individual freedom in the modern world of socio-humanitarian technologies.

**Ключові слова:** націонал-соціалізм, політична ідеологія, пропаганда, агітація, інформаційна війна, масова свідомість.

---

**Постановка проблеми.** Нацистське панування демонструвало тоталітарну модель, в якій специфічним чином поєднано ресурси формалізованих структур влади з новітніми ресурсами управління суспільством. Націонал-соціалістична робітничка партія Німеччини (далі – НСДАП) втілювала свою доктрину шляхом революційних змін наявної політичної системи, нових методів роботи з масами з метою отримання всезагальної соціальної підтримки. Найчастіше у наукових дослідженнях праворадикальні рухи порівнюються у політичній сфері, тому вважаємо, що існує наукова необхідність показати відмінність націонал-соціалізму, що обґрунтовував свою владу публічним ідеологічним ціннісним поясненням. Застосування різних технологій і технік впливу на масову свідомість вимагає наукового і практичного аналізу наслідків, адже мова йде про специфічні форми управління, які носять прихований характер.

Стан наукової розробки проблеми. Оптику даного дослідження зумовив теоретичний горизонт, створений С. Московичі, С. Мілграмом, М.-Л. Рукеттом, Г. Почепцовим, К. Беркгофом, О. Іщенко, В. Черніковою, П. Конценом. Дослідження соціальної психології, новітніх методів роботи з суспільною думкою, прихованих впливів соціогуманітарних технологій створили теоретичне підґрунтя для виокремлення форм впливу та емпіричного ситуативного втілення в діяльності НСДАП. Автор досліджує нацистські джерела, такі як роботи А. Гітлера, Й. Геббельса, також з'ясовує використання ідеологічного і пропагандистського ресурсу в політичній боротьбі.

**Метою статті** є виявлення специфічно нових форм впливу на суспільну думку в нацистській Німеччині у 30-40 рр. ХХ ст. Завданням даного дослідження є аналіз і характеристика політико-комунікативних, соціально-психологічних методів управління масовою свідомістю в нацистській Німеччині.

Основний матеріал. Націонал-соціалісти створили партію, яка охопила пропагандою все суспільство; оформили особливий статус харизматичного лідерства; посилили психологічну схильність авторитарної особистості до опозиції «ми» – «вони»; поширили нетерпимість на побутовому рівні; експлуатували почуття пригнобленої національної гідності після розпаду держави. Після спроби путчу 1923 р. нацисти провели політичну модернізацію, адже зрозуміли, що реставрація старого режиму неможлива і треба запропонувати суспільству альтернативу. Можна погодитись з О. Іщенко, що одним із найважливіших ресурсів політичних перетворень є ідеологічний, оскільки саме політична ідеологія містить в собі політичну ідею, визначає шляхи, способи та засоби активної реалізації політичних ідей, світоглядних позицій, системи цінностей, окреслює актуальні питання в політичному житті [1, с. 153].

В умовах Першої світової війни, революційних рухів та потрясінь монархій, активним учасником політичного процесу стали народні маси. НСДАП врахувала можливості плебіцитарної демокра-

тії, очікування населення щодо харизматичного вождя, який надасть політиці та державі нову велику мету, але одночасно встановить нову модель держави. Важливим є той фактор, яким К. Шмітт пояснює нову роль держави. Це расова єдність фюрера та народу, «протяжність та щирість контактів між лідером та його послідовниками засновані виключно на цій расовій спільноті» [2, с. 377]. Сучасний дослідник Є. Мороз підкреслює, що націонал-соціалістичний Третій рейх виник як матеріальна правова держава, оскільки спиралась на право сили [3, с. 135]. В політико-правовій сфері нові зміни проявились у позбавленні суб'єктивних прав особистості. Так, 28 лютого 1933 р. було прийнято Декрет «Про захист народу та держави», яким було призупинено та не відновлено статті Веймарської Конституції, які гарантували політичні права громадян. Поступово вводиться в обіг поняття «народний товариш» як одиниця народної спільноти, що об'єднана расовим підґрунтям.

Звернемо увагу, що завдяки новаторському підходу щодо використання маніпулятивної та мобілізаційної функцій ідеології, НСДАП стала своєрідним координатором стосунків між суспільством та владою. Дослідник Г. Мусихін підкреслює, що заради збереження ідеологічного домінування, фашистська партія дозволяла певну економічну свободу, але зберігала тотальний контроль над ЗМІ, освітою, мистецтвом, тому що ідеологія виступала засобом успішної комунікації з населенням [4, с. 32].

Вважаємо, що до основних форм впливу на масову свідомість можна віднести: маніпуляції; психологічні та інформаційні війни; пропаганду; агітацію; дезінформацію. Маніпуляцію можна розглядати як систему психологічного впливу, орієнтованого на насадження ілюзорного світосприйняття [5, с. 141]. Для цього результату політичні сили використовують інформаційно-комунікаційні засоби, адже інформація стає джерелом впливу, «цінним товаром».

Інформаційні війни ведуться як всередині країни, так і ззовні. Головне в інформаційних війнах змінити свідомість супротивника, вплинути на процес прийняття рішень, викликати емоційні стани. Політика-конкурента позначають якістю, яка повинна сприйматися суспільством як сутність особи. Політичний психолог М.-Л. Рукетт характеризує таку діяльність: «Вигадка реалізується через позначення, потім – це вже очевидність. Безапеляційно наклеюваний ярлик – не довільне і зручне доповнення або просто засіб нагадування, а гарантія істини. Отже, змініте назву, і ви змініте світ» [6, с. 126]. Інформація завжди прив'язана до світосприйняття людини, тому інформування стає процесом відбору фактів з метою створення альтернативної реальності. Людину з усталеною системою цінностей важко переконати, тому інформація впроваджується в умовах емоційного збудження, нестабільності, розхитування позиції людини.

Одним із методів інформаційної війни є створення медіа-картинки іншої реальності, для чого відбувається робота з базовою інформацією будь-якої ідейної системи. Ядерна інформація задає структуру ідейної системи, якщо змінити її – змінюється структура. На практиці зовнішньополітичної діяльності нацистського режиму це означало, що СРСР сприймався як центр комунізму, осердя єврейської змови, відповідно не як Інший, конкурент, а як Чужий, тобто ворог. Війна з Чужим як гранично Іншим є особистою місією фюрера А. Гітлера. Він наголосив у 1937 р.: «Мета німецької політики полягає в забезпеченні й збереженні расової спільноти, а також в її збільшенні. Відтак, це питання простору» [7, с. 231].

Дезінформація – це сукупність дій, направлених на введення в оману осіб шляхом фальсифікації документальних доказів. Мета дезінформації полягає у провокації відповідних дій, які скомпрометують протилежну політичну силу [8, с. 6]. Специфіка дезінформації полягає у тому, що вона використовується заради короткострокових цілей, у часі вона завжди програє. Якщо людина має чітку модель світосприйняття або є свідомим адептом політичної ідеології, то переконати її дезінформацією практично неможливо, оскільки сприйме її як «провокацію». Але Гітлеру вдалося змінити диспозицію політичних сил завдяки дискредитації КПН припущенням щодо можливого червоного терору. Так, підпал рейхстагу 27 лютого 1933 р. привів до того, що лідер комуністів Е. Тельман вимушений був піти з політичної гри.

Агітація – дієва технологія спонукання широких мас до політичної активності. Масова свідомість знаходиться під технологічним, культурним, інформаційним впливом з боку одного або групи комунікаторів. Агітація використовує знаки культури – листівки, постери, рекламу, але у такій кількості, аби інформація могла споживатися, а не сприйматися. Націонал-соціалісти використали технічні можливості, що дозволили поширювати агітаційну інформацію на великі території у заданій тривалості та у необхідній кількості. Можемо порівняти агітаційні дії націонал-соціалістів, які зосереджувались на впливі на емоції та використанні сучасної технічної бази, тоді як більшовики, за рекомендацією В.І. Леніна, зосереджувались на індивідуалізації агітації, тобто агітація залежала від особистості агітатора і середовища.

Прикладом специфічного впливу на масову свідомість у нацистській Німеччині може бути культ вождя. П. Концен зазначає, що культ вождя був інсценований самими інтелігентними розумами за допомогою усіх засобів найсучаснішої техніки. «Метою було створення п'яного містичного почуття

спільноти, виключення раціональних й емпатичних компонентів Я, передача вождю функцій сумління» [9, с. 215]. Унікальність політичної історії Німеччини 20-30-х рр. полягає в тому, що серед великої кількості варіантів суспільно-політичного розвитку, було обрано націонал-соціалістичну модель. Націонал-соціалісти зняли навантаження поразки, тому що запропонували єдність нації, могутність держави як спільну мету, яку можна було досягнути лише докладанням великих зусиль, тому горіння духу, емоційні пристрасті були конче необхідні. Харизматичному лідеру А. Гітлеру вдавалося переконувати людей, допоки він пропонував мету щодо відродження Німеччини. «Нічого подібного не приходилося бачити у цьому світі з часів Магомета, – так дехто відізвався про нього на з'їзді у Нюрнбергу» [10, с. 346]. Ситуація змінилася для спільноти тоді, коли пропаганда почала готувати країну до тотальної війни.

Тоталітарні режими впливали на маси за допомогою навіювання, агітації, пропаганди, маніпуляцій. Підкреслимо, що у нацистській агітації особливу роль відігравали промови – слова, які мали надзвичайну риторичну владу. Вплив риторичної влади посилювався технологіями роботи зі сприйняттям індивідів. Як зазначалося, після путчу 1923 р. було знайдено дієву політичну формулу, яка була здатна повести маси в політику. Не можна не погодитися, що гасло національної революції – це сильне, концентроване гасло після поразки у війні, після заборони армії, репарацій та високого рівня невдоволення населення справами в державі. Специфіка нацистського впливу у такому прикладі полягає в тому, що захоплючі гасла мусять мати під собою ґрунт, що відповідає політичному моменту.

Адепти тоталітарної ідеології мали авторитарний тип свідомості, негативне ставлення до інакомислення. Як підкреслює У. Ширер, Гітлер зрозумів, що до яскравих промов, радикальних пунктів програми треба додати деякі елементи видовищ, щоб утримувати емоційну лояльність мас. Він вважав, що масам потрібні не тільки ідеї, але й символи, які б укріплювали віру до руху та виступали б знаками єдності партії та громадян. За думкою фюрера, ці «емоційні гойдалки» відповідають німецькому народові, його бажанню сили. Символічним втіленням сили, великої мети він вважав прапор НСДАП, який був центром, осердям навколо якого повинні об'єднуватися адепти та послідовники руху. А. Гітлер згадував: «Це був справжній символ! Червоний колір втілював соціальну ідею руху, білий – націоналістичну, свастика – мету боротьби за перемогу арійської раси» [11, с. 70].

Вважаємо, що символи, гасла, агітаційні плакати дозволяли індивідууму ідентифікувати себе з рухом, зі спільнотою, з історичним поступом. Політичний міф звертається до тлумачення подій в категоріях «занепаду», «агонії», «катастрофи», тому міф є дуже ефективним у боротьбі революційних сил. НСДАП впроваджувала нові орієнтири за допомогою пропаганди «спільних дій», що є важливим, оскільки формує національну і соціальну самоідентифікацію особистості. До «спільних дій» відносили:

- розповсюдження інформації щодо урядових дій по країні;
- спонукання до певних дій, наприклад, фінансову участь громадян в інвестиції у воєнну справу;
- розпалювання націоналістичних почуттів за допомогою звернень до минулого, великих постатей історії, військових перемог;
- приниження ворогів;
- посилення пильності у зв'язку з загрозою від іншого – комуніста, єврея тощо [6, с. 135–136].

Нацистська пропаганда використовувала не тільки образ, символ, але й слово. Підкреслимо, що таке об'єднання образів, промов, риторики з видовищами створювали у громадян певний концентрований феномен культури. М.-Л. Руккет писав, що впевненість А. Гітлера в тому, що масові заходи дозволяють натовпу відчувати свою силу, масштаби та згуртованість, мало реальне підґрунтя. «<...> Великі народні збори необхідні вже за наступною причиною: у їх середовищі людина <...>, яка легко підлягає почуттю самотності, вперше отримує уявлення про більш розширену спільноту, що на більшість людей чинить ефект підбадьорювання та розради» [6, с. 141].

Вважаємо, що у відповідності до принципів реалізації доктрини націонал-соціалізму, яка обґрунтовувала особливу велич Німеччини, особливу місію німців расовими, виключно особливими етнічними, культурними, імперськими відмінностями нації, працювала пропаганда, адже до багатьох завдань треба було підготувати людей. Каральні акції, терор, примус лише частково керували світоглядною системою та поведінкою людей. Значно більшу роль відігравали ідеологічні переконання, настанови, цілі, які здатні були сформувані світоглядну систему особистостей, системи цінностей, встановити межу дозволеного та забороненого. У цьому полягала стратегія впливу на масову свідомість.

Пропаганда, як і агітація, діє відкрито, але саме та пропаганда, що спрямована на популяризацію і розповсюдження ідей у масову свідомість. Пропаганда тісно пов'язана з соціальною технологією, з соціальним конструюванням, тому є частиною створення політичних міфів. Політичні лідери використовують пропаганду як метод посилення власного ресурсу, адже політичний ресурс – це використання чужих ресурсів, завдяки харизмі та ідеям, які оволодівають масовою свідомістю людей. Зазначимо, якщо раніше пропаганда була орієнтована на маніпуляцію всією свідомістю, то сьогодні впливи пропаганди цільові, орієнтовані або на людей, що приймають рішення, або на захоплення

частини свідомості індивіда. Особистість може адекватно оцінювати реальність, але у неї зняті обмеження. На думку автора, у політико-ідеологічній боротьбі використовують технології, театральні прийоми, коли міфи, історії стають інформаційним товаром високої якості, брендом. Пропаганда може створювати привабливий образ політичної ідеології або маркувати діяльність політика, формувати стійкі позитивні емоції, створити міф або історію, що розкажуть про деякі ідеальні якості, які перетворюють на «справжню» сутність. Технології, які використовуються в політичній діяльності спрямовані на зміну ставлення людини до існуючої дійсності, трансляцію нових ціннісних орієнтацій та бажаних моделей майбутнього. Пропаганда організує групу та ідентифікує учасників політичного процесу. Важливо, щоб наслідком пропаганди було добровільне звернення індивідів до джерела комунікації або до агента популяризації.

А. Гітлер у «Mein Kampf», розмірковуючи над ідейною революцією, приходять до висновку, що вона може бути успішною лише у випадку масової підтримки, тому приділяє особливу увагу пропаганді. «У будь-якому насправді великому революційному русі пропаганда повинна попередньо розповсюдити його ідею. А це передбачає, що вона мусить спробувати зробити новий напрям думок зрозумілим для всіх, спустити з небес на землю або, щонайменше, примусити сумніватися у колишніх переконаннях» [12, с. 39]. Узагальнюючи, він пропонує алгоритм роботи з масами: ідейна система – пропаганда – організація – нові послідовники – могутня організація – єдина спільнота. Водночас підкреслює керованість маси як фактор управління нею, адже, погодимось, тоді починає діяти фактор групового тиску. «Той, хто оволодіває масами, повинен знати ключ, який відкриває двері до людських душ. Він має назву, проте, не об'єктивність, а слабкість, що вимагає влади і сили» [12, с. 40–41]. Не залишає можливості існуванню конкуренції ідей, пояснюючи, що, по-перше, треба винищити конкурентів як отруйників душ, по-друге, приєднати людей до боротьби з конкурентами, адже люди переконуються у своїй правоті, якщо будуть люто боротися із супротивниками. Боротьба ідей, за його інтерпретацією, не політична конкуренція, а боротьба світоглядів, що вимагає абсолютної лояльності. Практично у всіх сферах суспільного життя Німеччини люди мусили вступати в організації, підтримувати ритуалами культ раси, народу і фюрера. Людей зв'язували ритуалами, також пропаганда успіхів взаємодіяла з терором, очікуванням великої боротьби з загрозами. Той, хто не був беззастережно лояльним, не проявляв захоплення, того визнавали ворогом. Хоча внутрішня культура багатьох німців відторгала жорстокість, мародерство, тим не менш, нацисти провокували саме ці прояви. Так, у Кришталеву ніч виганяли євреїв у світло ліхтарів, примушували їхніх німецьких сусідів бити палицями і прутами. Такими акціями намагалися зв'язати суспільство з політичним антисемітизмом. Фюрер повторював, що державою править той, хто править вулицями, тому пропаганда була спрямована на захоплення всієї свідомості людей, перетворення індивідуальної культури на керовану психологію натовпу. Можемо підкреслити, що груповий тиск, механізм навіювання, самонавіювання викликав стан дисоціації, що є властивим для тоталітарних технік впливу на масову свідомість.

Програма НСДАП проголошувала політичну боротьбу проти ідейних ворогів як всередині, так і ззовні. Відповідно, виникає запитання, за яких умов чи за яким рівнем переконаності, пересічна людина здатна перетворитися у виконавця жорстоких наказів. Доречно згадати дослідження С. Мілграма, який довів, що простих рішень не існує. «Для існування цивілізації необхідна певна ступінь влади. Як тільки влада встановлена, вже не настільки важливо, яка буде назва у системи – демократія чи диктатура: пересічна людина відгукується на політику уряду очікуваним від неї підкоренням, будь-то нацистська Німеччина або демократична Америка» [13, с. 23]. Серед причин підкорення людей рішенням влади значну роль відіграють такі :

– Пояснення мети, тобто дії людини залежать від того, як пояснено мету діяльності людини. Будь-яку мету діяльності треба представляти як конструктивну. С. Мілграм пише, що «навіть в армії деструктивні накази отримують розумне обґрунтування. Коли військові сплять село, в якому живуть у нічому не повинні люди, вони роблять це, аби устрашити людей, або для того, щоб примусити до співпраці, або в ім'я відплати» [13, с.171].

– Соціальна структура, у якій людина формує свої соціальні відносини, тому авторитетна особа з цієї соціальної структури має особливий вплив на прийняття рішень людиною. Нацисти вважали, що лідери, які мають престиж, можуть сприяти пропаганді. Недарма особлива жорстокість нацистського режиму була пов'язана з тим, що інститути громадянського суспільства, наприклад, церква, були практично заборонені.

Структура тоталітарної держави уніфікує суспільство заради виконання великих ідеологічних цілей – розширення життєвого простору на Сході Європи та встановлення імперії. К. Беркгоф, описуючи нацистську владу в окупованій Україні, підкреслює, що «населення радше дотримувалося того, що соціальні психологи називають «невизначеною позицією». Виняток становила молодь, народжена протягом 1920–1930-х років, котра здебільшого вірила в радянську систему – або, у випадку етнічних німців (навіть гадано миролюбних менонітів), тяжила до палкої відданості нацизму» [14, с. 316–317].

Міністр пропаганди Й. Геббельс розробив комплекс пропагандистської роботи з різними прошарками населення, приділяючи особливу увагу роботі з молоддю і підлітками, тобто з тими, хто народився в 1910–1930-х роках. Розбудовуючи систему пропаганди, Геббельс створював структурні підрозділи, що працювали зі всіма прошарками, але підкреслював, що пропаганда має плануватися і реалізовуватися з одного владного центру. Він був серед тих, хто творив культ Гітлера. Ще у 1941 р. написав: «Гітлер належить нам. Що було б з нами, якби не було б його! Будемо молити Всевишнього: ... хай залишиться він у нас таким, яким він був і яким він є, – нашим Гітлером» [15, с. 40]. У ті часи в Німеччині люди часто говорили у випадку негараздів: «Якщо про це дізнається фюрер!», тобто пропаганда маркувала події і лідера характерними фразами, що ставали посередником між подією і людьми.

Й. Геббельс сформулював принцип «поетичної правди» у пропаганді. Впроваджуючи ідеологічні настанови в пропагандистській діяльності, він рекомендував дотримуватися наступних кроків: насичені постійні обіцянки; багаторазове повторення; різкі заголовки; внутрішня інформація, яка може не відповідати різким заголовкам; цензура; агресія по відношенню до іншої точки зору; орієнтація на натовп; навіювання; захоплення всієї свідомості людини. Можемо зазначити, що у нацистській пропаганді ключову роль відводили емоціям і правдоподібності.

У своїх «Щоденниках» він описує методи роботи, дає оцінки однопартійцям, інколи не погоджується з фюрером, критично оцінює контр-пропаганду англійців. Отримуючи донесення з західних фронтів у 1945 р., розробляє нову методику роботи з населенням. Після того, як англійці розповсюджували цілеспрямовану пропаганду на німецьке населення про політичний безлад в державі, вирішує змінити німецьку пропаганду. Проводиться реорганізація радіо, преси і, головне, наголошується на зміні ставлення до англійців і американців. Він пише, що раніше використовувався інформаційний матеріал, розповсюджуваний самими союзниками, що, у наслідку, привело до поблажливого ставлення населення до англо-американських військ. Тому рекомендує, «нам треба впровадити нову систему її ведення, за якої більше уваги зверталось б на частки, на більший опис подробиць деталей і тим самим знову прикувати увагу до ворога» [16, с. 307]. Нагадує ефективність німецької контр-пропаганди діянь більшовиків, що вплинула на бойовий дух німецьких військ на Східному фронті і підготувала громадянське населення до самооборони, тобто матеріали ворожої пропаганди використовувались в операціях, що зменшували престиж ворога. Й. Геббельс підкреслював необхідність риторичного спілкування з людьми, з обов'язковим враженням, що спілкування йде з кожним окремо. Він наполягав на особливому значенні виступів А. Гітлера. Був досить прагматично налаштованим, пропонував діяти у відповідності до ситуації: якщо війна, то вимагав безкомпромісності, зосередженості та критикував тих, хто намагався пом'якшити ставлення до ситуації. Радіо, кінострічки, газети, листівки мусили надавати німцям імпульс активності і підтримки політики фюрера. Отже ситуативність і точний розрахунок дії у часі є ще одним специфічним проявом нацистської пропаганди. Геббельс не гребував використанням ірраціональних навіювань, таких як розповсюдження гороскопів, які називав астрологічною чи спиритичною пропагандою. Зазначав, що «не бачить у подібних астрологічних пророцтвах ніякого смислу, але задумав використати їх для ведення анонімної, прихованої пропаганди серед громадськості, оскільки у теперішні часи більшість людей хапається за що завгодно, навіть за настільки ламку соломинку» [16, с. 342]. Це ще одне втілення принципу нацистської пропаганди – коли здатність переконувати важливіша, ніж справжній стан справ. Міністр пропаганди наслідував рекомендаціям А. Гітлера, адже лідер НСДАП мав намір змінити кардинально новими методами роботи з масами традиційну германську політичну культуру, а також посилити фактор участі громадян у політичному процесі» [17, с. 164].

**Висновки.** Узагальнюючи вищевикладене, підсумуємо, що особливістю стратегії впливу на масову свідомість у нацистській Німеччині є комплексне використання інформаційної війни, дезінформації, пропаганди і агітації. Пропаганда носила всеохоплюючий характер, була адаптована до вимог ситуації, застосовувались технічні засоби, що посилювали вплив на великі групи людей і великі території. Агітація спонукала людей до активності завдяки спланованим акціям, використанню ритуалів, театральності, солідарності і зворотному зв'язку. Інформаційна війна найбільше використовувалась перед великими акціями проти політичних конкурентів всередині країни. У зовнішній політиці були проведені великі інформаційні акції в залежності від потреб режиму. До 1938 р. заспокоювали спільноту проголошеною миролюбною політикою. З 1938–1939 рр. обґрунтовували політичні й військові акції культурною, расовою перевагою та необхідністю автаркії. Як наслідок, сформувалося ідеологізоване суспільство з гомогенною політичною культурою і новою антропологією.

Отже тоталітарний режим створював нову реальність, у якій проголошені зміни суспільної свідомості носили об'єктивно-суб'єктивну природу, тобто індивідууми, які знаходились у стані атомізації, перетворювались на заручників цілей, запропонованих доктриною націонал-соціалізму.

У подальших дослідженнях необхідно вивчати специфічні впливи як тоталітарних, так і сучасних соціогуманітарних технологій, оскільки вони формують систему норм, ціннісні орієнтири, моделі майбутнього, але не відтворюють повністю технології і техніки тоталітарних контекстів.

---

## Література:

1. Іщенко О.М. Політична ідеологія як основний ресурс політики. Actual questions and problems of development of social sciences: International Scientific-Practical Conference. June 28-30, 2016. Kielce: Holy Cross University. 2016. P. 150–153.
2. Шмитт К. Государственный закон в новом контексте. Моссе Дж. Нацизм и культура. Идеология и культура национал-социализма; пер. с англ. Ю.Д. Чупрова. М.: ЗАО Центрполиграф, 2010. С. 374–378.
3. Мороз Е.В. Право и власть в тоталитарном государстве (на примере анализа политико-правовых доктрин большевизма и национал-социализма). Право и образование. 2009. № 9. С. 129–141.
4. Мусихин Г.И. Идеология и власть. «Полития». 2010. С. 25–39.
5. Черникова В.Е. Манипуляция массовым сознанием как феномен информационного общества. Теория и практика общественного развития. 2015. № 3. С. 141–144.
6. Рукетт М.-Л. Познание масс. Очерки политической психологии. Пер. с франц. Н.В. Вышинского. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2010. 272 с.
7. Геффернен М. Значення Європи. Географія та геополітика; пер. з англ. К.: ДУХ І ЛІТЕРА, 2011. 464 с.
8. Астафьева Н.С. Информационно-политические манипуляции: ситуативные проявления. Вестник Самарского государственного университета. 2011. В. 90. С. 4–10.
9. Концен П. Фанатизм. Психоанализ этого ужасного явления; пер. с нем. Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2011. 388 с.
10. Юнг К.Г. Диагностируя диктаторов. Одайник В. Психология политики. Политические и социальные идеи Карла Густава Юнга. СПб.: «Ювента», 1996. С. 344–361.
11. Ширер У. Взлет и падение Третьего Рейха: В 2 томах Т. 1. М.: «Захаров», 2010. 816 с.: ил.
12. Гитлер А. Необходимость пропаганды. Моссе Дж. Нацизм и культура. Идеология и культура национал-социализма; пер. с англ. Ю.Д. Чупрова. М.: ЗАО Центрполиграф, 2010. С. 137–146.
13. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. Спб.: Изд. «Питер», 2000. 336 с.
14. Беркгоф К. Жнива розпачу. Життя і смерть в Україні під нацистською владою; авторизований переклад з англійської. К.: Критика, 2011. 455 с.
15. Хоххут Р. Геббельс в своих дневниках (Предисловие). Геббельс Й. Дневники 1945 года. Последние записи: пер. с нем.; вступ. слово и общ. ред. А.А. Галкина. Смоленск: Фирма «Русич», 1993. С. 15–48.
16. Геббельс Й. Дневники 1945 года. Последние записи; пер. с нем.; вступ. слово и общ. ред. А. А. Галкина. Смоленск: Фирма «Русич», 1993. 416 с.
17. Дмитрашко С.А. К вопросу о реализации идеологических основ национал – социализма в политической практике Германии в 20–30 годы XX ст. С.А. Дмитрашко, М.И. Милова. Грані. 2012. № 1(81). С. 163–166.