

## ОСНОВНІ ЗАСОБИ ВЕДЕННЯ НАЦИСТСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ (1941–1944 рр.)

Яшан О. О. (м. Черкаси)

*У статті проаналізовано основні засоби нацистської пропаганди на території України у 1941–1944 рр.*

**Ключові слова:** *пропаганда, преса, Україна, нацистська Німеччина, кінематограф, радіо.*

*В статье определены основные способы нацистской пропаганды на территории Украины в 1941–1944 гг.*

**Ключевые слова:** *пропаганда, пресса, Украина, нацистская Германия, кинематограф, радио.*

*The main means of Nazi propaganda on the territory of Ukraine in 1941–1944 have been considered in the article.*

**Key words:** *propaganda, press, Ukraine, nazi Germany, cinema, radio.*

Друга світова війна була однією з найвагоміших подій ХХ ст., що суттєво вплинула на подальший історичний розвиток людства. Звернення до її дослідження в Україні залишається актуальним і дотепер, що пов'язано, зокрема, з існуванням ряду аспектів, які не залишають байдужими широке коло людей. До них, на нашу думку, належить і проблема вивчення інформаційного впливу гітлерівської Німеччини на населення окупованих територій.

Окремі аспекти окресленої проблеми знаходили висвітлення в публікаціях таких дослідників, як М. Михайлюк, О. Салати, Д. Титаренко, Б. Чернякова [1]. Дослідники вивчали особливості нацистської пропаганди, показали її роль та вплив на морально-психологічний стан населення України.

Аналізуючи діяльність пропагандистських установ, варто зазначити, що основними засобами ведення пропаганди, які суттєво впливали на морально-психологічний стан населення були: радіо, кіно, друкована продукція та усна агітація. Нацистська пропаганда будувалося на принципах, які були викладені Гітлером: пропаганда повинна звертатися лише до маси; пропаганда повинна впливати більше на почуття і лише дуже невеликою мірою на «так званий розум»; висловлювати ідеї стисло, ясно, зрозуміло, у формі легких гасел, що запам'ятовуються; щоб брехні повірили, необхідно її пропагувати однобоко та грубо.

Автор ставить за мету визначити та проаналізувати основні засоби, які нацистське керівництво вважало головними у веденні так званої „психологічної війни”, що суттєво впливали на морально-психологічний стан населення окупованої України.

За радіопропаганду в Україні відповідали східний відділ Міністерства пропаганди, політичне управління Міністерства східних окупованих територій та відділ пропаганди ОКВ. Й. Геббельс називав радіо „восьмою великою державою”, оскільки радіомовлення мало в пропагандистській роботі цілу низку переваг: високу інформаційну оперативність, охоплення масової аудиторії, імітацію прямого контакту зі слухачами; давало можливість транслювати українською мовою передачі з Берліну та інших міст. Тому у пропаганді своїх політичних і військових цілей серед населення окупаційна влада приділяла велику увагу саме радіопередачам.

Виходячи з цього, одним із важливих завдань усіх підрозділів вермахту було захоплення передаючих центрів радіомовної мережі Радянського Союзу з метою подальшого швидкого використання їх німецькою пропагандою. У районах, де радіотрансляційна мережа була відсутня або пошкоджена, планувалося використовувати пересувні радіомовні станції, персонал для обслуговування яких виділявся відділом військової пропаганди, що керував застосуванням цих передавачів [2, с. 576–577]. У травні 1942 р. верховне командування німецької армії направило у війська вермахту спеціальну інструкцію „Організація прослуховування радіопередач в окупованих східних областях”. У ній, зокрема, зазначалось: „Німецькі війська, що беруть участь у військових операціях на Сході, а також знаходяться в тилкових окупованих районах, можуть собі уявити, яке важливе для подальшого ведення війни максимальне охоплення населення політичною пропагандою. Вся апаратура, що знаходиться у розпорядженні частин, у той час, коли вона не використовується для службових цілей, повинна застосовуватися для агітації населення” [3, с. 71]. Такі заходи приймалися з урахуванням того факту, що на території СРСР в користуванні у населення була мізерна кількість радіоприймачів, крім того, німецькі фахівці пішли шляхом створення радіовузлів при відновленні радіотрансляційної мережі на окупованій території. Потужну радіостанцію мала в своєму розпорядженні також радіогрупа „Україна” з головним передавачем у Вінниці. Радіовузол розпочав роботу 5 серпня 1941 р., а вже в листопаді 1941 р. німецькі пропагандисти щодня і щогодини вели передачі українською мовою використовуючи сім радіостанцій [4, с. 63], через рік його співробітники встановили 3 тис. вуличних гучномовців у Кіровограді, Полтаві, Борисполі, Броварах, Тараші, Корсуні та інших населених пунктах. Перша пересувна військова радіостанція у Києві розпочала трансляцію наприкінці 1941 р. [5, арк. 22]. Пізніше передачі на Україну вели 15 радіостанцій [6, с. 44].

У Києві згідно з постановою міського голови В. Багазія від 17 грудня 1941 р. було створено управління радіомовлення, яке підпорядковувалося відділу пропаганди київської міської управи. Завданням управління Київського радіомовлення було: проведення українською мовою „антикомінтернівської та антижидо-більшовицької пропаганди засобами радіо”, пропаганди ідей „Нової Європи”, провідної ролі німецького народу у створенні нового ладу і співучасті українського народу у цій роботі; організація народно-

виховних, літературних, музичних та інших передач, які б сприяли культурному розвитку населення та його відпочинку; розбудова і розвиток технічної бази радіомовлення [7, с. 135].

На думку А. Гітлера, „Було б розумно встановити в кожному селі гучномовець, щоб таким шляхом інформувати людей про новини і дати їм привід для розмов; це краще, ніж допустити їх до самостійного вивчення політичних, наукових і тому подібних відомостей. І хай нікому не приходять у голову передавати підкореним народам по радіо відомості з їх колишньої історії. Передавати слід музику і ще раз музику! Бо весела музика сприяє старанній роботі. А якщо люди зможуть більше танцювати, то і це повинно втілюватися” [8, с. 92].

Тематичний план програм радіопередач включав: повідомлення ОКВ; звернення й розпорядження окупаційної влади; оголошення міської управи; огляди місцевої преси, зокрема статей просвітницького змісту; трансляцію богослужінь, вистав, концертів класичної музики, українських народних пісень, рекламу й оголошення приватного характеру. Однак, оскільки більшість населення на окупованій території не мала можливості слухати радіопередачі, через відсутність радіоприймачів та значні пошкодження радіотрансляційних вузлів і дротових радіомереж, ефективність нацистської пропаганди засобами радіо в окупованій Україні була все ж недостатньою, особливо в сільській місцевості.

Чільне місце в планах впливу на населення окупованих територій України німецькою пропагандистською машиною було відведено кінематографу, який зарекомендував себе як досить ефективний засіб пропаганди, оскільки мав три важливі переваги: можливість звернення безпосередньо до почуттів глядача, доступність змісту, а також багаторазовість використання з агітаційно-пропагандистською метою.

Проведення кінопропаганди на східних окупованих територіях забезпечувало ОКВ і створене у листопаді 1941 р. центральне фільмооб'єднання „Схід” (Zentralfilmgesellschaft Ost – ZFO (ЦФО)), філії якого розташовувалися у Ризі – „Остланд-фільм” (Ostland Film G.m.b.H) та Києві – „Україне-фільм” (Ukraine Film G.m.b.H) [9, с. 191]. Контроль за ефективністю проведення кінопропаганди на місцях здійснювали органи німецької адміністрації – генерал- і гебітскомісаріати, відділ пропаганди „U”, які щомісяця звітували перед рейхскомісаром про стан пропаганди у своїх районах, таємний нагляд також здійснювала поліція безпеки й СД.

У захоплених містах і сільських населених пунктах України окупанти відродили кіномережу, діяльність якої була призупинена після відступу Червоної армії. У Києві окупаційна влада відновила діяльність п'ятьох раніше існуючих кінотеатрів, ще два кінотеатри готували до роботи й один чекав на капітальний ремонт, в Кіровограді та Полтаві працювало два кінотеатри [10]. Кінотеатри, що працювали в період окупації, як правило, демонстрували тільки німецькі фільми і військову німецьку кінохроніку. Їх відвідували, як німецькі військовослужбовці і чиновники, так і місцеві жителі. Чиновники

пропагандистського відділу „потурбувалися” про місцеве населення, забезпечивши фільми написами-перекладами російською або українською мовами [11, арк. 15].

Серед художніх фільмів перевага надавалась кінострічкам легкого жанру наприклад: комедіям „Пани й слуги”, „Мій вірний товариш”, „Травнева ніч” тощо. У роки Другої світової війни ефективним засобом нацистської пропаганди стала серія Німецького щотижневого огляду (DW – Die Deutsche Wochenschau, „Дойчевохеншау”), яка створювалася військовими кореспондентами пропагандистських рот і стала предметом гордості доктора Й. Геббельса, оскільки велику частину огляду складали фронтові епізоди з найгарячіших точок війни. Й. Геббельс вимагав зйомок тільки реальних сюжетів, тому вважалось, що кінооператори – ті ж солдати, що виконують свій обов’язок: „Людина з кінокамерою в руках наражається на таку ж небезпеку, як і людина з вогнеметом” [12, с. 240]. Нацисти вважали, що німецькі фільми – документи історичної правди. Зняті кадри з фронту доставляли літаками. Кінохроніка йшла в кінотеатрах, у тому числі в окупованих радянських містах, як правило, близько сорока хвилин. Демонструвалася непереможена хода німецької армії, яка легко й блискавично знищує більшовиків.

Характерною рисою була висока якість монтажу кіножурналів та ретельний підбір картин (навіть легкого жанру). На звичайного глядача вони справляли враження, що більшовики більше не повернуться, тому необхідно змиритися з життям в умовах окупації. „Такою агітацією вони створювали для міських обивателів примиренський настрій, хоча щоденна дійсність, приниження, голод, рабська, абсолютно безкоштовна праця – говорили протилежне. ... Усі картини, які демонструвалися, наскрізь проникненні гітлерівською політикою використати найнижчі почуття, спрагою наживи, шовінізмом і пропагандою ненависті до більшовизму” [13, с. 330].

Однак основним засобом ведення психологічної війни нацистська пропаганда вважала друковану пропаганду. З перших днів існування окупаційного режиму на Україні німецьке командування видавало масовими тиражами чисельні листівки, в яких населення інформувалося про перші наміри і кроки нової влади. Так, протягом короткого часу окупанти поширили в Кременчуці 100 тисяч листівок, 2150 настінних плакатів, 3400 портретів Гітлера, 700 брошур, 80 нацистських прапорів та ін. [14, с. 42].

За допомогою листівок німецьке командування проводило також антипартизанську пропаганду, звертаючись до населення із закликом не надавати підтримку радянським партизанам. Представники міністерства пропаганди, вимагали від підлеглих підтримувати усі антипартизанські заходи і, якщо це вигідно, оприлюднювати вироки, винесеним за допомогу партизанам чи за невиконання розпоряджень окупаційної адміністрації. [15, с. 40-42].

Для підвищення інтересу українського населення (у першу чергу, молоді) до життя німецького народу пропагандистські служби, головна група „Праця” в економічній інспекції, керівники районів і бургомістри постійно розповсюджували пропагандистські матеріали, випускали і широко рекламу-

вали листівки і плакати: „Я їду до Німеччини”, „Як живуть жінки в Німеччині”, „Гітлер – визволитель”, „Як живе німецький робітник”, „Російський народ – рівноправний член сім’ї вільних народів нової Європи”, „Я живу в німецькій сім’ї і дуже щасливий”, брошура Заукеля (інтерв’ю у Києві), розповсюджувались у вигляді плакатів та листівок окремі листи тих українців, які позитивно описували умови життя й праці в Німеччині [11, арк. 9; 16, арк. 17]. Ці пропагандистські матеріали мали відіграти важливу роль при підготовці і проведенні кампаній з вивозу радянських людей на роботи до Німеччини.

Із зміцненням позицій окупаційного режиму потреба у друці листівок зменшувалась, тому їм на зміну прийшли інші прийоми і засоби інформування місцевих жителів: відозви, накази військових комендантів, бургомістрів і старост, розпорядження військової влади, оголошення, службові вказівки. Масовими тиражами виходили в світ брошури з яскравими і зрозумілими для кожного читача назвами. Наприклад: „Гітлер – визволитель”, „Каторжний соціалізм”, „Що буде після?” і т.п. У такій же великій кількості окупаційна влада тиражувала портрети Гітлера, які безкоштовно розповсюджувалися серед населення і вивішувалися у всіх громадських місцях.

Величезного значення щодо пропагандистського впливу на населення нацисти надавали пресі, яка користувалась великим попитом у населення. В „Майн кампф” А. Гітлер виразно підкреслював значення преси, як знаряддя виховання мас. „Пресу прийнято називати, як відомо, „великою державою”. ...Її роль переоцінити неможливо, адже саме на долю преси припадає продовження виховання людей вже в зрілому віці. Держава повинна особливо уважно стежити за газетами, бо їх вплив на людей найсильніший і глибокий, хоча б тому, що вони говорять із читачем щодня” [17, с. 202-203].

У директиві політуправління Рейхскомісаріату Україна щодо преси зазначалось: „Українські та інші газети, що видаються в рейхскомісаріаті, – винятковий засіб впливу на населення пропагандою і політикою, наказаною райхскомісаром. Вони не слугують народним чи культурним потребам населення чи навіть віровизнанням... Кожен рядок повинен допомагати у здійсненні великої місії фюрера в створенні нової Європи” [18, с. 157-158]. Виконуючи це настанови через пресу „нова влада” широко сповіщала українське населення про масштаби руйнувань народногосподарських об’єктів, яке було здійснено під час відступу Червоної армії та співробітниками НКВС. Особливо активно висвітлювалась інформація щодо вибухів і підпалів хлібозаводів, м’ясокомбінатів, електростанцій, та інших, життєво важливих для мирного населення об’єктів. Тим самим підкреслювалася антинародна суть сталінського режиму, що не тільки залишила напризволяще власне населення, але через знищення вказаних об’єктів прирікав його на голод, холод і вимирання [19]. Для надання такому інформаційно-пропагандистському матеріалу більшої достовірності і з метою посилення враження від нього на місцеве населення німецька окупаційна влада наводила точні цифри нанесеного виведенням з ладу об’єктам матеріального збитку, що сильно впливало на світогляд і морально-психологічний стан населення. На перших сторінках окупа-

ційних газет нерідко публікувалися пропагандистські передовиці, наповнені пафосом звільнення українського народу від влади більшовиків [20]. Такого роду матеріалу передували, як правило, інформаційні новини з фронту, де, за повідомленнями німецького командування, вермахт перемогав Червону армію [19]. Таким чином, читач одержував інформацію, підсилену в пропагандистських цілях конкретним ідеологічним матеріалом.

Ще одним різновидом друкованої продукції пропагандистського характеру були книги і невеликі брошури для місцевого населення, зміст яких зводився переважно до возвеличення Гітлера і нацистського режиму, „нового порядку” на окупованій території і умов праці в Германії, куди закликали їхати молодь. У районах, де був сильний партизанський рух, зміст брошур, а також листівок і звернень присвячувався переважно демонстрації могутності і непереможності вермахту, який зображувався як визволитель і захисник населення окупованих ним областей. Однією з провідних тем нацистської пропаганди була тема „радянського раю” – тобто пригноблення й експлуатації в СРСР, голоду і убогості, терору, сірості на вулицях [5, арк. 116; 19]. Наприклад, на підставі листів німецьких солдатів, які описували життя на окупованих радянських територіях у 1941 р. Міністерство пропаганди видало книгу Вольфганга Діверга „Советский Союз глазами германских солдат. Письма с Востока” (Diewerge Wolfgang „Deutsche Soldaten sehen die Sowjet-Union. Feldpostbriefe aus dem Osten.”), передмову до якої було написано Й. Гебельсом. Радянське суспільство ототожнювалось із суцільною великою тюрмою, де люди потерпали від неймовірної нужденності, жили в багні й голоді. Зрозуміло, що листи для книги ретельно відбирались, окрім того, книга містила багато перебільшень, а іноді і відверту неправду, проте вона мала великий пропагандистський успіх.

Отже, на думку автора, одним із важливих напрямів у Другій світовій війні для нацистів стала сфера так званої „психологічної війни”, основними засобами здійснення якої були: радіо, кіно, друкована продукція та усна агітація. До їх функцій входило: забезпечення морально-психологічного впливу на місцеве населення шляхом політичної та культурної пропаганди; здійснення пропагандистських акцій, що повинні були впливати на настрої населення в інтересах Рейху та німецької адміністрації на місцях. Засоби масової інформації охоплювали своїм впливом всі вікові та соціальні групи населення окупованої території.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Михайлюк М. Нацистська пропаганда в окупованому Києві // Український історичний журнал. – 2006. – № 1. – С. 131–144; Салата О. Формування німецького інформаційного простору в Рейхскомісаріаті «Україна» та в зоні військової адміністрації (червень 1941-1944 рр.). / О. Салата/ [Монографія]. – Донецьк: Норд-Прес, 2010. – 362 с.; Титаренко Д. Звіти батальйону пропаганди У як джерело з питання про вплив нацистської пропаганди на населення окупованої України // Друга світова війна і доля народів України: Матеріали Всеук-

- раїнської наукової конференції. – К.: Сфера, 2005. – С. 165–171; Черняков Б. Окупаційна преса Райхскомісаріату Україна (1941–1943 рр.) // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – Л., 2003. – Вип. 11. – С. 135–159.
2. Нюрнберзький процес над головними німецькими військовими злочинцями. [збірник документів в 7 т]. / [под ред. Р. А. Руденко]. – М.: Государственное издательство юридической литературы, 1957 – 1961. – Т. 2: Преступления против мира. – 1958 – 863 с.
  3. Юденков А. Ф. Политическая работа среди населения оккупированных советских территорий 1941-1944 / А. Ф. Юденков. – М.: Мысль, 1971. – 358 с.
  4. Ивлев И. Оружием контрпропаганды: советская пропаганда среди населения на оккупированной территории СССР. 1941–1944 / И. Ивлев, А. Юденков. – М., 1988. – 277 с.
  5. Центральний державний архів Вищих органів влади і управління України (далі – ЦДАВО України). – Ф. КМФ-8. – Оп. 2. – Спр. 175.
  6. Коваль М. В. В битві с фашизмом: Соціалістична культура – могутнє знаряддя в народній боротьбі на Україні проти фашистських окупантів / М. В. Коваль. – К.: Вид-во АН УРСР, 1964. – 144 с.
  7. Михайлюк М. В.. Нацистська пропаганда в окупованому Києві / М. В. Михайлюк // Український історичний журнал. – 2006. – №1. – С. 131-144.
  8. Дашичев В. И. Стратегия Гитлера – путь к катастрофе, 1933–1945: исторические очерки, документы и материалы: в 4 т. / В. И. Дашичев. ИМЭПИ РАН – М.: Наука, 2005. – Т. 1: Подготовка ко Второй мировой войне, 1933–1939. – 2005. – 524 с.
  9. Zazworka G. Psychologische Kriegführung: Eine darlegung ihrer organisation, ihrer Mittel und Methoden. – Deutscher Militärverlag–Berlin, 1961.
  10. Українські вісті. – 1942 р. – 11 лютого.
  11. ЦДАВО України. – Ф. КМФ-8. – Оп. 2. – Спр. 477.
  12. Рисс К. Геббельс. Адвокат дьявола / К. Рисс. – М.: Центрполиграф, 2000. – 530 с.
  13. Київ у дні нацистської навали (За документами радянських спецслужб). – К.; Л. 2003. – 526 с.
  14. Чайковський А. С. Невідома війна: (Партиз. рух в Україні 1941-1944 рр. мовою документів, очима історика) / А. С. Чайковський. – К.: Україна, 1994. – 255 с.
  15. Німецько-фашистський окупаційний режим на Україні: [збірник документів і матеріалів]. – К.: Держполітвидав УРСР, 1963. – 488 с.
  16. ЦДАВО України. – Ф. 3676. – Оп. 4. – Спр. 161.
  17. Гитлер А. Моя боротьба / А. Гитлер – М.: ИТФ «Т-ОКО», 1992. – 597 с.
  18. Коваль М. В. Фашистская политика духовного, морально-политического подавления населения Украины и ее крах (1941-1944) / М. В. Коваль // Общественно-политическая жизнь трудящихся Украины в годы Великой Отечественной войны: Сб. науч. тр. – К.: Наук, думка, 1988. – 232 с.
  19. Кіровоградські вісті. – 1942 р. – 7 листопада. 20. Дніпрова хвиля. – 1942 р. – 1 січня.