

НАЦИСТСЬКІ АНТИРАДЯНСЬКІ ПЛАКАТИ ЧАСІВ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ (1939 - 1945 рр.)

П.В.Добров, І.М.Єсіп, Д.С.Тюльнєв

АНОТАЦІЯ

У статті аналізуються нацистські агітаційні антирадянські плакати, що поширювалися нацистською Німеччиною на окупованих територіях. На основі документів, які стосувалися налагодження пропаганди на території України, у статті описуються принципи, які повинні були викликати співпрацю українців з окупантами. Автори аналізують характерні образи і способи їх зображення, символи і кольорову гаму плакатів, розглядають еволюцію образів плакатного мистецтва.

Ключові слова: Друга світова війна, нацистські антирадянські плакати, пропаганда, агітація в роки війни.

Ні для кого не є секретом, що значну частину історії людства займає історія війн і конфліктів. Серед них досить складно знайти подію, яка б за масштабами, кількістю жертв була схожа на Другу світову війну. Мабуть тільки Перша світова війна може сперечатися за своїми наслідками. Але важливою особливістю стало те, що саме під час Другої Світової війни досить активно почали застосовувати засоби пропаганди, які мали забезпечити перевагу тієї чи іншої сторони над звичайним населенням, що опинилося в епіцентрі подій і могло вплинути на перебіг війни. Тому досить актуальним стає питання вивчення впливу нацистського плакату як ефективного засобу пропаганди у поширенні нацистських ідей.

Вивченням нацистських пропагандистських матеріалів активно займається українська історіографія. Зокрема, плакати згадують і описують у своїх статтях наступні вчені: І.М. Грідіна, М.В. Михайлюк, О.О. Салата, В.О. Шайкан, О.О. Яшан тощо [1]. Окрему увагу слід звернути на статтю І.М. Грідіної «Зображальні джерела в дослідженні духовного життя населення України в роки Другої світової війни», де

авторка, використовуючи мемуари очевидців подій, намагається дослідити і показати вплив, які мали різні зображальні джерела, зокрема плакати, на свідомість людей. У більшості українських учених, що займаються вивченням нацистських плакатів, він не виступає як окремий предмет дослідження, а розглядається в контексті всієї нацистської друкованої продукції, створеної для населення УРСР. До того ж, на жаль, ще немає ґрунтовної узагальненої праці, що повністю б присвячувалася історії нацистських плакатів, поширених на території України протягом Великої Вітчизняної війни.

Зрозуміло, що тематикою нацистських плакатів цікавилися і зарубіжні вчені. Слід звернути увагу на таких учених: Ентоні Родс, Джеффри Херф (Jeffrey Herf), Девід Велч (David Welch), Р.Е. Герцштейн, А. Гогун, А.В. Окорочков, К. Вашик тощо [2]. Вони намагаються виявити причини розвитку антирадянської пропаганди в нацистських агітаційних матеріалах, аналізують характерні образи, публікують плакати, які важко знайти на Україні. Досить ґрунтовним є дослідження Клауса Вашика «Метаморфози зла: німецько-руські образи врага в плакатній пропаганді 30-50-х років» [3]. У своїй монографії учений аналізує причини появи і витоки антирадянських нацистських образів плакатної пропаганди, а також розділяє образи за типами і виділяє їх характерні особливості. Особливо цінним є те, що автор підтверджує свої твердження ілюстраціями або описами плакатів.

Р.Е. Герцштейн у своїй монографії «Война, которую выиграл Гитлер» розглядає плакати як складову частину нацистської пропаганди, але його робота цінна новими архівними матеріалами, які не завжди доступні українським ученим [4]. У праці наявні унікальні нацистські плакати з німецьких архівів. Тобто монографія Р.Е. Герцштейна дозволяє глибше і всебічно дослідити проблему нацистських антирадянських плакатів, які поширювалися на території України.

Історіографічний огляд вказує на те, що питання нацистської антирадянської пропаганди у плакатах ще не достатньо розкрито, що й обумовило розгляд обраної теми. Серед джерел, що застосовувалися під час дослідження слід назвати Інтернет-виставки музеїв нацистських антирадянських плакатів, збірки плакатів, ілюстрації, що розміщувалися у монографіях учених, які вивчали проблему неперіодичної преси. Метою статті стало вивчення причин успіху і поразки німецької плакатної пропаганди, виявлення характерних образів і особливостей їх зображення.

Досліджуючи ті чи інші пропагандистські матеріали, необхідно звертати увагу на їх ефективність. Ентоні Родс у своїй праці зазначив, що Геббельс і його оточення досить добре розуміли силу впливу плакатів на думки людей. Тому цей вид пропаганди зіграв важливу роль у приході нацизму до влади. Враження від наглядних матеріалів були настільки сильними, що людина могла б забути зміст газетної статті, але не зображення, особливо якщо воно часто зустрічається перед її очима і має зрозумілу думку. Брошуру або газету можна викинути, не читаючи, радіоприймач можна вимкнути, політичні мітинги і кіно не відвідувати. Але всі ходять вулицями, і лозунг або плакат не можливо проігнорувати [5]. З іншого боку, самі нацисти не вважали плакат першим серед усіх пропагандистських матеріалів. Більшу увагу вони приділяли випуску періодичної преси і розвитку радіомовлення.

Як зазначає І.М. Грідіна: «Мистецтво плакату є одним із джерел досягнення психологічної складової народу воюючої країни. Плакат фактично «всмоктав» емоціональну напруженість того часу, адже його образ включав усе розмаїття людського характеру і ситуації. Крім того, плакат, як своєрідний художній витвір, слід розглядати не тільки в контексті політичного і ідеологічного замовлення влади, але й як відображення почуттів його автора» [6].

Характерною особливістю нацистських плакатів того часу стало те, що вони «з'являлися», так би мовити, на другому етапі: на першому етапі, тобто в момент

зайняття ворогом певної території, нацистські пропагандисти поширювали у більшості випадків листівки або пресу. На другому ж етапі, коли нова пронацистська місцева адміністрація повинна була затвердитися на новому місці, на зміну листівкам приходили плакати, відозви місцевої адміністрації, накази військових комендантів, розпорядження військової влади тощо. З метою кращого інформування нова місцева влада розпоряджувалася будувати спеціальні «плакатні дошки» або вітрини у центрі населених пунктів і слідкувала за постійним оновленням інформації [7]. Позитивним для сприйняття нацистського плакату було те, що більшість з цих матеріалів випускалися українською мовою, у той час як більшість радянських плакатів були російською мовою. У деяких випадках це також могло викликати позитивне сприйняття «нового режиму».

Антибільшовицька (а отже, і антикомуністична) ідея стала центральною у нацистській ідеології й іде пліч-о-пліч з загальною антисемітською тематикою прибічників ідей націонал-соціалізму [8]. Головним постулатом гітлерівської «релігії» було те, що комуністично-єврейська верхівка прагне до захоплення всесвітньої влади і встановлення свого режиму. Зрозуміло, що виходячи з тоталітарної суті нацистської Німеччини, у цієї держави існувала потреба у пошуку і створенні ворога. Вибір було зроблено на користь євреїв, які «не подобались» через їх риси характеру, і комуністів, які становили серйозну загрозу для існуючого ладу в Європі. Але використовуючи метод від зворотного, можна прийти до висновку: якщо б націонал-соціалісти дійсно прагнули знищити або вислати всіх євреїв з Німеччини, то вони зробили би це якомога швидше, а не займалися затягуванням вирішення цієї проблеми.

До того ж Гітлер оголосив себе і своє оточення хрестоносцями проти «жидо-більшовицької загрози» - ось, до речі, ще один термін, який любила застосовувати нацистська пропагандистська машина на окупованих землях Радянського Союзу. На меті цей термін мав підкреслювати негативне ставлення до радянської влади, бо слово «жид» в українській лексиці має негативне забарвлення й асоціюється з негативною людиною. Як зазначає К. Вашик, плакати зроблені відповідно до цієї тематики мають відповідати на питання, хто винен у тих негараздах, що коїлися в СРСР. Відповідь одна - жиди, а отже, і більшовики як їх верхівка [9].

У Західній Європі цей термін мав схоже значення, але ще додавалося поняття «світової революції», тобто встановлення комуністичного режиму в усьому світі. Зрозуміло, що це викликало невдоволення представників громадськості різних країн Західної Європи і, навпаки, підтримку нацистського режиму (до початку війни).

Щодо ведення пропаганди на території України, то було видано «Вказівки у використанні пропаганди по плану «Барбароса», де зазначалися наступні принципи пропаганди:

1. постійний акцент на тому, що нацистська влада воює з керівництвом держави, з комуністами;

2. необхідно було замовчувати колонізаційну політику нацистів [10].

В одному зі своїх документів «Додатковій директиві щодо здійснення пропаганди в Україні» від 16 грудня 1942 р. наводяться і пояснюються наступні принципи (основні теми) антирадянського плакатного мистецтва:

1. розпалення ненависті до Москви, яка завдавала шкоду Україні протягом всієї історії;

2. спогади про голодомори і боротьбу проти селян;

3. які наслідки мала двадцятирічна політика радянської влади;

4. українці отримають стільки, скільки вони допоможуть у війні;

5. після війни буде встановлена німецька влада;

6. Німеччина готова піти на поступки для українців (власне сільське і районне управління, релігійна толерантність, заохочення розвитку української мови, відкриття народних шкіл, зростання доходів населення, збільшення земельних ділянок селян)

У «Директиві для трактування українського питання в пресі та пропаганді» зазначалося:

1. «німці повернуться знову» - творці документу пишуть, що необхідно писати про перенесення важливих дій на Захід, що зумовило відступ нацистської армії у 1943 р. Так підкреслювалася слабкість Червоної Армії і її неможливість протистояти німцям;

2. «українці належать до Європи» - з цього пункту видно, що для України ідеї більшовизму чужі і тому необхідно всіляко боротися проти відновлення радянського режиму;

3. «позитивні зміни, що принесла Німеччина Україні» - протиставлення радянських досягнень [11].

Розглянувши документи, можна побачити розширення пропагандистських принципів. До того ж, помітно, що все більше у цих документах стверджується ідея боротьби проти радянського режиму, що проявляється у визнанні українців європейською нацією, а влада комуністів - ворожа європейським цінностям.

Можна простежити наступну тенденцію: з провалом плану Барбаросса кількість принципів розширилася, бо нацистська влада намагалася знайти опору в простих українців і тому тимчасово відійшла від основних ідеологічних засад.

Антирадянські плакати представлені значним різноманіттям. Художники поєднували образ ворога-комуніста і ворога-єврея, чим намагалися настроїти проти радянської влади просте населення (невідомий автор «Винница», невідомий автор «Жида - ваши вечные враги...» тощо). Обличчя головних персонажів на плакатах мають надзвичайно огидні риси. Так нацистські художники намагалися показати негативний внутрішній світ радянської влади. Плакати навіть були готові «змінити» національність Сталіна: використовуючи характерні особливості єврейського обличчя, грузина Йосипа Джугашвілі «перетворюють» на «жида» (невідомий автор «Le complot Juif contre L'Europe!» 1940 р., Д. Лютіч «Сталін») [12]. На цьому художники не зупинилися і перетворили жида-Сталіна у демона-жида Сталіна - уособлення диявола, що керує радянським пеклом, головний жид, через якого існує стільки проблем у світі і в простого населення СРСР (Див. Додаток 1). Хоча представлені плакати поширювалися в окупованій Франції і на Балканах, схожі методи зображення існували і в українських плакатах.

Для посилення ефекту «огидним комуністам-євреям» протиставляли істинних арійців – німецьких солдат, «визволителів» від радянської влади. «Своїх» солдат нацистські художники наділяли ідеальними рисами («Вояки Гітлера – це приятелі народу»). Такі плакати мали б викликати привітне ставлення до окупаційних військ і вороже – до радянських (Див. Додаток 2). Для посилення ефекту месіанства нацистських вояків поряд з ними зображували привітних українців, які з квітами радісно зустрічають «визволителів». На плакаті «Пам'ятай це! Німецький вояк помер і для України» присутній інший сюжет: дівчина-селянка з квітами відвідує могили померлих нацистських вояків, які «загинули» заради щастя українців. Такі зображення мали створити у свідомості людей, що опинилися в окупації, позитивний образ ворога, що прийшов визволити від жидо-більшовицького режиму. Зображення цього типу також використовувалися для натяку на те, що за підтримки нацистських сил Україна може вибороти незалежність від жахів радянського режиму.

Образ радянського вояки в нацистських плакатах також має огидні «жидівські» риси («Ставайте до боротьби з більшовизмом в рядах Галицької дивізії»). Важливу роль мало розташування солдатів Червоної Армії на плакаті: в основному вони були нижче, ніж нацистські воїни. У такий спосіб, по-перше, стверджувався постулат нацистської

«релігії» щодо Untermensch, тобто неповноцінні народи не можуть бути кращими за «істинних арійців». А по-друге, показувалася надзвичайна сила нацистів, порівняно з червоноармійцями («Дременули душогиби і нема їм вороття»). Зрозуміло, у перших битвах війни останнє частково співпадало з правдою, бо українці бачили як швидко почався наступ нацистських сил і як швидко відступали війська Червоної Армії, які програвали протягом 1941 року. Тому дивлячись на такий плакат зрозуміло, що люди починали вірити йому, а отже, дехто і переходив до співпраці з новою адміністрацією.

Міць військ Вермахту також стверджувалася шляхом зображення сучасного озброєння нацистської армії, карт боїв («Спокійно дивимося у майбутнє», «Шляхом німецьких перемог», «МощьГермании_м._._ с каждым днем. Вот почему Германия победит!») [13]. Для залякування червоноармійців на плакатах показували альтернативу спротиву нацистському режиму – смерть. За підтримки нацистських сил червоноармійця очікувало б сите життя («Красноармеец, выбирай: смерть или жизнь»). Зрозуміло, що ці плакати були покликані розхитати бойовий дух вояків Червоної Армії.

Нове нацистське керівництво намагалося самоутвердитися через приниження колишньої влади. Так у нацистських плакатах була відкрита тема «Радянського раю». Нацисти активно спекулюють на темах індустріалізації, колективізації і масових репресій. У плакатах, де зустрічалась така тематика, нацистські митці зображували найтрагічніші і найстрашніші моменти цих процесів. Люди ж вірили цим пропагандистським матеріалам, бо вони були очевидцями й учасниками цих подій, але критикувати недоліки діяльності радянської влади не дозволялося. До того ж нова влада пропанувала альтернативу ладу, який склався, що відобразилось в обіцянках наділити селян землею.

Поширеним явищем стало вживання радянських висловів з викривальними зображеннями. Використання такого засобу мало саркастичне забарвлення і, отже, сприяло підняттю авторитету нової влади. Ці плакати яскраво показували наскільки радянська влада багато обіцяла, скільки було втрачено заради «світлого майбутнього» і скільки у підсумку отримали люди. Зокрема, на плакаті «Патриотизм советских людей отражается в прекрасно построенных заводах» 1943 р. новобудова знаходиться на горі людських кісток, що позначає безвинні втрати людей під час індустріалізації у Радянському Союзі [14].

Використовуючи протиставлення радянським реаліям, дуже часто нацистські художники зверталися до зображення майбутнього заможного життя українських селян, яке мала б принести нацистська влада, як що переможе жидо-більшовицький режим («Мне и всем трудолюбивым крестьянам немцы дают землю», «Год тому назад началась борьба за ваше освобождение! Ваша благодарность – это ваш труд», «Начинается новая жизнь») [15]. Зрозуміло, що такі обіцянки суперечили ідеології нацистів, але на етапі війни, коли з'явилися ці плакати, цей сюжет мав викликати співпрацю з окупаційною владою. До цієї ж серії належали й ті плакати, що закликали до праці в Німеччині. Там також використали протиставлення «радянського пекла» «нацистському раю».

Особливе місце в нацистських пропагандистських плакатах займали кольори і їх поєднання, символи. Найпоширенішими були червоний, чорний, жовтий, білий. У більшості випадків ці кольори вживалися для надання контрасту або виділенню характерних образів – головних героїв плакату. До того ж червоний, чорний і білий – кольори, що були присутні на нацистському прапорі, тобто офіційні кольори. Серед символів зустрічаються зображення свастики (символ німецької влади), зірка Давида (символ «жидів»), блискавка (символ небесного покарання і перемоги справедливості – плакат «22 июня 1941 г. Смерть НКВД»), військова техніка (символ непереможності нацистської армії – плакат «Мощь Германии растет с каждым днем...», «Шляхами німецьких перемог»). Іноді червоноармійців зображували як скелети: з одного боку, це

виступало символом смерті самих радянських солдат, які не можуть протистояти нацистським воякам-арійцям. З іншого боку, це символ тієї смерті, яку несуть радянські воїни і більшовицький режим звичайному населенню окупованих територій («Визволитель?», «Ніколи!»).

Окрему увагу слід звернути на те як нацистські плакатисти називають і з ким порівнюють радянський режим. У плакатах зустрічаються такі назви: «жидо-більшовики», «жидівство», «визволителі»-червоноармійці», «банда злочинців», «душогуби» тощо. Загалом можна сказати, що більшість з цих термінів мають зв'язок зі смертю, тобто у такий спосіб нацистські плакатисти намагалися підкреслити «загрозу», яку мав радянський режим, і «процвітання», яке несли вояки Вермахту.

Таким чином, у нацистських антирадянських плакатах пліч-о-пліч з більшовицькою загрозою іде тема антисемітизму. На думку нацистських пропагандистів Кремль виступав тим центром, звідки йдуть усі проблеми. Така тенденція наклала певний відпечаток на зображення героїв у плакатах: зокрема, Сталіну як голові жидовської шайки «додавали» єврейські риси обличчя. Взагалі образ Сталіна еволюціонував до зображення демона-жида, який хоче захопити світ. Окремою темою виступало порівняння нацистського життя з «радянським раєм». Саме у плакатах цього типу нацистські художники намагалися показати діяльність радянської влади (колективізація, індустріалізація, масові репресії). Для закріплення позитивного образу нацистських вояків висміювали червоноармійців. Нацистські плакатисти активно використовували символіку і колір як засоби, що мали посилити сприйняття плакату.

У подальшому планується продовжувати дослідження даної теми, розглянувши питання розвитку радянського агітаційного плакату на початку та під час Великої Вітчизняної війни.

РЕЗЮМЕ

В статье анализируются нацистские агитационные антисоветские плакаты, которые распространялись нацистской Германией на оккупированных территориях. На основе документов, которые касались построения пропаганды на территории Украины, в статье описываются принципы, которые должны были вызвать сотрудничество с оккупантами. Авторы анализируют характерные образы и способы их изображения, символы и цветовую гамму плакатов, рассматривают эволюцию образов плакатного искусства.

Ключевые слова: Вторая мировая война, нацистские антисоветские плакаты, пропаганда, агитация в годы войны.

SUMMARY

Nazi anti-Soviet posters which were broadcast by Nazi Germany on occupied territories are analyzed in the article. The principles which had to motivate collaboration with occupiers are described on the base of documents which concerned about building of the propaganda in Ukraine in the article. It becomes understandable from documents that Nazis try to be consolidated with help of all means on the battle-front after losing of initiative. This situation is reflected enough in propagandistic materials. The authors analyze characteristic images and methods of their representation symbols and colours of posters.

Keywords: World War II, Nazi anti-Soviet posters, propaganda, agitation during the war.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ:

1. Грідіна І.М. Зображальні джерела в дослідженні духовного життя населення України в роки Другої світової війни: - Електронний ресурс. – Доступний з: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/I14_doc.pdf. – [Цит. 2012, 10 серпня]; Михайлюк М.В. Агітаційно-пропагандистська діяльність органів німецької окупаційної влади серед населення України (1941 – 1944 рр.): Автореферат _м_. ... _м_. іст. Наук: 07.00.01 «Історія України» / М.В. Михайлюк. – К., 2006. – 22 с.; Салата О.О. Інформаційна війна Німеччини та СРСР за вплив на окупованих територіях у 1941 – 1944 рр. / О.О. Салата // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. – 2009. – Вип. XVII. – С. 281 – 285; Шайкан В.О. Німецька неперіодична преса у боротьбі за вплив на українське населення в період гітлерівської окупації / В.О. Шайкан // Науковий вісник Миколаївського національного університету _м_. В.О. Сухомлинського. – 2012. – Вип. 3.32. – С. 130 – 138; Яшан О.О. Нацистська пропагандистська друкована продукція на території України (1941 – 1944 рр.): - Електронний ресурс. – Доступний з: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2012_59/Gileya59/I27_doc.pdf. – [Цит. 2012, 10 серпня]; Ї ж. Нацистська пропаганда на території України (1941 – 1944 рр.): - Електронний ресурс. – Доступний з: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2012_59/Gileya59/I27_doc.pdf. – [Цит. 2013, 15 березня].
2. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939–1945 / Энтони Родс; [пер. Ю.К. Бардина]. – М.: Эксмо, 2008. – 312 с.; HerfJ. TheJewishenemy: NazipropagandaduringWorldWarIIandtheHolocaust/ J. Herf. –London, 2006.; WelchD.TheThirdReich: Politicsandpropaganda / D. Welch. – 2 edit. –London, NewYork: Taylor&Francise-Library, 2007. – 246 p.; ГерцштейнР. Э. Война, которую выиграл Гитлер / Р.Э. Герцштейн [Пер. сангл. А.Л. Уткина, А.В. Бушуева, И.С. Соколова под общ.Ред. Г.Ю. Пернавского].– Смоленск: Русич, 1996. – 608 с.; Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М.: Эксмо, Язуа, 2004. – 416 с.; Огороков А.В. Особый фронт: немецкая пропаганда на восточном фронте в годы Второй мировой войны / А.В. Огороков. – М.: Русский путь, 2007. – 294 с.; Вашик К. Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30–50-х годов // Образ врага / Сост. Л. Гудков; ред. Н. Конрадова. – М.: ОГИ, 2005. – С. 191–229.
3. Вашик К. Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30–50-х годов // Образ врага / Сост. Л. Гудков; ред. Н. Конрадова. – М.: ОГИ, 2005. – С. 191–229.
4. Герцштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер / Р.Э. Герцштейн [Пер. с англ. А.Л. Уткина, А.В. Бушуева, И.С. Соколова под общ.Ред. Г.Ю. Пернавского].– Смоленск: Русич, 1996. – 608 с.
5. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939-1945 / Энтони Родс; [пер. Ю.К. Бардина]. – М.: Эксмо, 2008. – С. 22.
6. Грідіна І.М. Зображальні джерела в дослідженні духовного життя населення України в роки Другої світової війни: - Електронний ресурс. – Доступний з: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/I14_doc.pdf. –[Цит. 2012, 10 серпня].
7. Яшан О.О. Нацистська пропагандистська друкована продукція на території України (1941 – 1944 рр.): - Електронний ресурс. – Доступний з: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2012_59/Gileya59/I27_doc.pdf. –[Цит. 2012, 10 серпня].

8. Welch D. The Third Reich: Politics and propaganda / D. Welch. – 2 edit. – London, New York: Taylor & Francis e-Library, 2007. –P. 124.
9. Вашик К. Вказ. Праця.– С. 212.
10. Окоороков А.В. Особый фронт: немецкая пропаганда на восточном фронте в годы Второй мировой войны / А.В. Окоороков. – М.: Русский путь, 2007. – С. 8.
11. Титаренко Д.М. Німецька пропаганда в Україні мусить здійснюватися...: цілі нацистської пропаганди в Україні у світлі німецьких документів: - Електронний ресурс. – Доступний з: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_36/Gileya36/P21_doc.pdf. – [Цит. 2012, 10 серпня].
12. Вашик К. Вказ. Праця. – С. 214.
13. Грідіна І.М. Зображальні джерела в дослідженні духовного життя населення України в роки Другої світової війни: - Електронний ресурс. – Доступний з: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/I14_doc.pdf. – [Цит. 2012, 10 серпня].
14. Вашик К. Вказ. Праця. – С. 215.
15. Грідіна І.М. Вказ. Праця. – Електронний ресурс. – Доступний з: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_34/Gileya34/I14_doc.pdf. – [Цит. 2012, 10 серпня].

Надійшла до редакції 23.10.2013 р.

Додаток 1

Нацистські плакати періоду Великої Вітчизняної війни



Нацистські плакати періоду Великої Вітчизняної війни



Чи хочеш, щоб
відновився терор НКВД, а
Ти знову животів
без власної землі
під гнітом і терором?

чи вибираєш
волю й безпеку,
стаючи спільно з
німецькими непереможними
борцями до оборони
спокою і щастя
своєї родини?

