

Нацистська пропаганда на території України (1941–1944 рр.)

Проаналізовано основні засоби нацистської пропаганди на території України у 1941–1944 рр.

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

Однією з найвагоміших подій ХХ ст., що суттєво вплинула на подальший історичний розвиток людства, була Друга світова війна. 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 вітчизняних дослідників, як М.Михайлюк, О.Салати, Д.Титаренко, Б.Чернякова[1]. Досліджувалися особливості нацистської пропаганди, її роль та вплив на морально–психологічний стан населення України.

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.

Нацистська пропаганда будувалося на принципах, які були викладені Гітлером: пропаганда повинна звертатися лише до маси; пропаганда повинна впливати більше на почуття і лише в дуже невеликій мірі на так званий розум; висловлювати ідеї стисло, ясно, зрозуміло, у формі легких гасел, що запам'ятовуються; щоб брехні повірили, необхідно її пропагувати однобічним, грубим чином. Тому основними засобами ведення пропаганди, які відповідали даним принципам і тому суттєво впливали на морально–психологічний стан населення були: радіо, кіно, друкована продукція та усна агітація.

За радіопропаганду в Україні відповідали східний відділ Міністерства пропаганди, політичне управління Міністерства східних окупованих територій та відділ пропаганди ОКВ. Й.Гіббельс 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[2,с.576–577]. У травні 1942р. верховне командування німецької армії направило у війська вермахту спеціальну інструкцію «Організація прослуховування радіопередач в окупованих східних областях». У ній, зокрема, зазначалось яким важливим для подальшого ведення війни є максимальне охоплення населення політичною пропагандою, тому для агітації населення повинна застосовуватися і військова апаратура, коли вона не використовується для службових цілей[3,с.71]. Такі заходи приймалися з урахуванням того факту, що на території СРСР в користуванні у населення була мізерна кількість радіоприймачів. При відновленні радіотрансляційної мережі, на окупованій території, створювалися радіовузли. Потужну радіостанцію мала в своєму розпорядженні радіогрупа «Україна» з головним передавачем у Вінниці. Радіовузол розпочав роботу 5 серпня 1941р., а вже в листопаді 1941р. німецькі пропагандисти щодня і щогодини вели передачі українською мовою використовуючи сім радіостанцій[4,с.63], через рік було встановлено 3тис. вуличних гучномовців у Кіровограді, Полтаві, Борисполі, Броварах, Таращі, Корсуні та інших населених пунктах. Перша пересувна військова радіостанція у Києві

розпочала трансляцію наприкінці 1941р.[5,арк.22]. Пізніше передачі на Україну вели 15 радіостанцій[6,с.44].

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 приходить 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 вітатися»[7,с.92]. Виходячи з цих настанов, 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 1941р. центральне фільмооб'єднання «Схід», філії якого розташовувалися у Ризі – «Остланд–фільм» та Києві – «Україне–фільм»[8,с.191]. Контроль за ефективністю проведення кінопропаганди на місцях здійснювали органи німецької адміністрації – генерал– і гебітскомісаріати, відділ пропаганди «U», 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[9]. 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 написаними–перекладами російською або українською мовами[10,арк.15]. У роки Другої світової війни ефективним засобом нацистської пропаганди стала серія Німецького щотижневого огляду, яка створювалася військовими кореспондентами пропагандистських рот і стала предметом гордості доктора Й.Геббельса, оскільки велику частину огляду склали фронтові епізоди з найгарячіших точок війни. 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. Серед художніх фільмів перевага надавалася кінострічкам легкого жанру наприклад: комедіям «Пани й слуги», «Мій вірний товариш», «Травнева ніч» тощо. 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»[11,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, а також німецьке командування проводило антипартизанську пропаганду[12,с.40–42]. Так, протягом короткого часу окупанти поширили в Кременчуці 100 тисяч листівок, 2150 настінних

плакатів, 3400 портретів Гітлера(які безкоштовно розповсюджувалися серед населення і вивішувалися у всіх громадських місцях), 700 брошур, 80 нацистських прапорів та ін.[13,с.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 рекламували листівки і плакати: «Я їду до Німеччини», «Як живуть жінки в Німеччині», «Гітлер – визволитель», «Як живе німецький робітник», «Я живу в німецькій сім'ї і дуже щасливий», брошуру Заукеля(інтерв'ю у Києві), розповсюджувались у вигляді плакатів та листівок окремі листи тих українців, які позитивно описували умови життя й праці в Німеччині[10,арк.9;14,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.

В «Майн кампф» А.Гітлер виразно підкреслював значення преси, як знаряддя виховання мас[15,с.202–203]. Тому величезного значення щодо пропагандистського впливу на населення нацисти надавали саме пресі, яка користувалась великим попитом у населення. 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»[16,с.157–158]. Виконуючи ці 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 хлібо заводів, м'ясокомбінатів, електростанцій, та інших, життєво важливих для мирного населення об'єктів. Тим самим підкреслювалась антинародна суть сталінського режиму, що не тільки залишила напризволяще власне населення, але через знищення вказаних об'єктів прирікав його на голод, холод і вимирання[17]. 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 окупаційних газет нерідко публікувалися пропагандистські передовиці, наповнені пафосом звільнення українського народу від влади більшовиків[18]. Такого роду матеріалу передували, як правило, інформаційні новини з фронту, де, за повідомленнями німецького командування, вермахт перемогав Червону армію[17]. 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;17]. Таким чином, читач одержував інформацію, підсилена в пропагандистських цілях конкретним ідеологічним матеріалом.

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.

Список використаних джерел

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. – 362с.; 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 Всеукраїнської наукової конференції. – К.: Сфера, 2005. – С.165 – 171; Черняков Б. Окупаційна преса Райхскомісаріату Україна (1941–1943рр.)// Збірник праць Науково–дослідного центру періодики.– Л., 2003.– Вип. 11.– С.135–159.

2. Нюрнбергский процесс над главными немецкими военными преступниками.[сборник документов в 7т]./[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. – 358с.

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 зняряддя в народній боротьбі на Україні проти фашистських окупантів/М.В. Коваль. – К.: Вид–во АН УРСР, 1964. – 144 с.

7. Дашичев В.И. Стратегия Гитлера – путь к катастрофе, 1933–1945: исторические очерки, документы и материалы: в 4т./ В.И. Дашичев. ИМЭПИ РАН. – М.: Наука, 2005. – Т.1: Подготовка ко Ворой мировой войне, 1933–1939. – 2005. – 524 с.

8. Zazworka G. Psychologische Kriegführung: Eine darlegung ihrer organisation, ihrer Mittel und Methoden. – Deutscher Militärverlag–Berlin, 1961.

9. Українські вісті. – 1942 р. – 11 лютого.

10. ЦДАВО України. – Ф.КМФ–8. – Оп.2. – Спр.477.

11. Київ у дні нацистської навали(За документами радянських спецслужб). – К.; Л. 2003. – 526 с.

12. Німецько–фашистський окупаційний режим на Україні:[збірник документів і матеріалів]. – К.: Держполітвидав УРСР, 1963. – 488 с.

13. Чайковський А.С. Невідома війна:(Партиз. рух в Україні 1941 – 1944рр. мовою документів, очима історика)/А.С. Чайковський. – К.: Україна, 1994.–255 с.

14. ЦДАВО України. – Ф.3676. – Оп.4. – Спр.161.

15. Гитлер А. Моя борьба/А. Гитлер – М.: ИТФ»Т–ОКО», 1992. – 597 с.

16. 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.

17. Кіровоградські вісті. – 1942 р. – 7 листопада.

18. Дніпрова хвиля. – 1942 р. – 1 січня.

Яшан О.А. Нацистская пропаганда на территории Украины (1941–1944 гг.)

Проанализированы основные способы нацистской пропаганды на территории Украины в 1941–1944 гг.

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

Yashan, O.A. Nazi propaganda in Ukraine (1941–1944)

In the article the fixed assets of nazi propaganda are analysed on territory of Ukraine in 1941–1944.

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