

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет географії, туризму та історії
Кафедра історії**

**ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ НАЦИСТСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА ТЕРИТОРІЇ
РАЙХСКОМІСАРІАТУ «УКРАЇНА» У ШКІЛЬНІЙ ІСТОРИЧНІЙ
ОСВІТІ**

Кваліфікаційна робота студента
групи ІСм-24
ступінь вищої освіти магістр
спеціальності 014.03 Середня освіта
(Історія та громадянська освіта)
Зимнього Ігоря Ігоровича
Керівник:
канд. істор. наук, доцент Яшин В. О.

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Зимній Ігор Ігорович, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавав і не одержував недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомлений. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Зимній І.І.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ТА МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ДОСЛІДЖЕННЯ	6
1.1. Стан наукової розробки теми	6
1.2. Джерельна база дослідження	14
1.3. Методологічні та методичні підходи до вивчення проблеми	17
Висновки до розділу 1	20
РОЗДІЛ 2.....	22
НАЦИСТСЬКА ПРОПАГАНДА НА ТЕРИТОРІЇ РАЙХСКОМІСАРІАТУ «УКРАЇНА» У 1941–1944 РР.....	22
2.1. Структура та інструменти пропагандистського апарату Райхскомісаріату «Україна».	22
2.2. Діяльність Східного відділу «Vineta» як складової пропагандистської системи Рейху.....	36
2.3. Періодична преса та плакатна графіка як інструменти нацистської пропаганди в Райхскомісаріаті «Україна»	47
Висновок до розділу 2	61
РОЗДІЛ 3.....	62
ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ НАЦИСТСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА ТЕРИТОРІЇ РАЙХСКОМІСАРІАТУ «УКРАЇНА» В ШКІЛЬНІЙ ІСТОРИЧНІЙ ОСВІТІ....	62
3.1. Стан вивчення проблеми у шкільній практиці	62
3.2. Методика вивчення теми «Нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна» в шкільній історичній освіті»	66
Висновки до розділу 3	73
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	76

ВСТУП

Актуальність. Актуальність обраної теми зумовлена тим, що нацистська пропаганда була одним із ключових інструментів окупаційної політики Третього Райху на території Райхскомісаріату «Україна». Пропаганда, яка поширювалася на окупованій території призвела до легітимації жакливиx масових насильств. Зокрема Голокосту, примусової праці та економічній експлуатації населення. В сучасних умовах військової агресії росії проти України - дана тема має особливе значення, оскільки сприяє розвитку критичного мислення, медіаграмотності та стійкості здобувачів освіти до пропаганди, яку максимально використовує наш ворог.

Якщо говорити за методичну складову, то зазначена тема також є актуальною, оскільки тема нацистської пропаганди відображена у шкільних програмах лише фрагментарно, у підручниках ми не спостерігаємо великого набору джерел, а на практиці вчителі не приділяють великої уваги механізму пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна».

Дослідження відповідає напрямам науково-дослідної роботи кафедри, пов'язаним із удосконаленням змісту та методики навчання історії в умовах Нової української школи. Обрана тема є складовою ширшої наукової проблеми – вивчення тоталітарних практик ХХ ст. та формування історичної і громадянської компетентностей учнів. Її опрацювання сприяє як розвитку історичної науки, так і підвищенню якості шкільної історичної освіти.

Мета дослідження - проаналізувати, як історія нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна» відображається у змісті шкільної історичної освіти, та розробити методичні підходи до її вивчення в закладі загальної середньої освіти.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукову літературу, джерельну базу та сучасні підходи історіографії до вивчення нацистської пропаганди на окупованих територіях, зокрема в Райхскомісаріаті «Україна»
2. Розкрити структуру, функції та механізми діяльності пропагандистських органів Третього рейху на території Райхскомісаріату «Україна», визначити їхню роль у забезпеченні окупаційної політики.
3. Охарактеризувати основні форми та інструменти нацистської пропаганди в Райхскомісаріаті «Україна» (преса, плакат, кіно, радіо, культурно-театральна діяльність), проаналізувати їхній зміст, цільові аудиторії та пропагандистські меседжі.
4. Проаналізувати відображення теми нацистської пропаганди у шкільній практиці, зокрема: у чинних навчальних програмах, у підручниках з історії України та інтегрованого курсу «Україна і світ», у відкритих конспектах уроків сучасних учителів.
5. Розробити методичні рекомендації та модельний конспект уроку, що демонструє ефективні прийоми аналізу пропаганди (робота з пресою, плакатом, візуальними та текстовими джерелами), відповідно до компетентнісного підходу НУШ.

Об'єктом дослідження є процес навчання історії в школі

Предметом дослідження виступає нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна» та її вивчення в сучасній шкільній історичній освіті

Хронологічні рамки дослідження охоплюють період з вересня 1941 р. до квітня 1944 р., що відповідає часу існування Райхскомісаріату «Україна».

Географічні межі роботи - територія, що підпорядковувалася Райхскомісаріату «Україна»: сучасні Рівненська, Волинська, Вінницька, Київська, Житомирська, Полтавська, Кіровоградська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька та Дніпропетровська області.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає в можливості використання її результатів здобувачами педагогічної освіти для підготовки уроків під час практики, семінарських занять, виховних заходів тощо.

Структура дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ТА МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Стан наукової розробки теми

Історіографія даного дослідження об'ємна, оскільки має величезний доробок зарубіжних та вітчизняних праць, що в свою чергу дає можливість повністю охарактеризувати та виокремити основні важливі аспекти розвитку та ідейні засади історії німецької пропаганди.

Дослідження на дану тематику активно почались після 1940-1950 років, це пов'язано з тим, що науковці поступово почали приділяти увагу аналізу пропагандистських методів ворогуючих держав. В основному звертали увагу на те, яке значення мала пропаганда під час воєнних дій та як вона впливала на свідомість людей. Поступово дослідження пропаганди як явища, еволюціонувало, наразі сучасні дослідження зосереджуються на локальних аспектах пропаганди. Також важливого значення набувають праці, що пов'язані з вивченням впливу пропаганди в сучасному інформаційному просторі.

Дотримуючись подібної тенденції, історіографію історії німецької пропаганди, доцільно висвітлити за даним принципом: спочатку теоретичні основи досліджуваної проблеми. Потім вузлові питання дослідження. Наприкінці розглянемо праці, що розкривають локальні сюжети теми.

Доцільно почати з роботи Гарольда Лассуелла, «Propaganda Technique in the World War» [106]. Автор один із перших системно дослідив феномен пропаганди. Дослідник ґрунтовно показує механізм дії пропаганди та надає яскраву характеристику, як пропаганда стає неодмінним інструментом ведення війни. В даній роботі простежується основна думка, що пропаганда відіграє велику роль, і займає однакову позицію разом військовими та економічними ресурсами.

Вагомим внеском Гарольда Лассуелла, являється ґрунтовний аналіз методів впливу. Автор повністю характеризує маніпуляції емоціями, апеляцію до страху й ненависті, створення образу ворога, використання гасел і символів.

Окремо потрібно відзначити, що автор окремо показує, що пропаганда під час війни - це керована комунікація, яка впливає на громадську думку, згуртовує населення та виправдовує, будь які, політичні рішення.

Праця Лассуелла стала класичним базовим джерелом для подальших досліджень пропаганди, системний аналіз в зазначеному дослідженні значно вплинув на подальші наукові розвідки феномену пропаганди. Звичайно, це відобразилось і на темах пов'язані з пропагандою в нацистській Німеччині.

Наступною важливою роботою в контексті теоретичного дослідження пропаганди є «Propaganda: The formation of men's attitudes» Жака Еллюля [102]. Якщо Лассуелл зробив величезний акцент на ролі пропаганди як зброї у війні, то Еллюль показав, що пропаганда набуває важливого значення і в мирний час, і у воєнний час.

Автор поділив пропаганду на політичну та соціологічну пропаганду. Дослідник наголошує на тому, що пропаганда може діяти тільки в умовах розвиненої комунікації, оскільки важливо, щоб подібний вплив постійно застосовувався та не зменшувався, тоді буде більший ефект.

Окремо Жак Еллюль аналізує психологічний механізм пропаганди. На його думку, пропаганда краще працює не через інформування, а через створення відчуття групової ідентичності. Люди одразу піддаються впливу і починають відчувати, що вони частина великої сили або нації.

Тут одразу напрошується висновок, що людині набагато легше приймати нав'язані цінності та діяти відповідно них, коли вона ототожнює себе з певною групою.

Концепція Жака Еллюля, яскраво показала зміни в розумінні пропаганди та її механізмах, оскільки автор показав, що пропаганда з плином часу стає постійним елементом суспільства XX ст. як у воєнний час, так і в мирний.

Наступною важливою працею є «The Third Reich: Politics and Propaganda» Девіда Вельча [108]. В контексті нашого дослідження вона має величезне значення, оскільки автор надає яскраву характеристику методів пропаганди Третього Рейху. Девід Велч наголошує, що пропаганда виконувала дві функції:

1. Створювала образ єдності німецької нації, винятковості та спільної мети.
2. Формувала образ ворога (євреїв, більшовиків, «ворогів Рейху»), що виправдовувало політику насильства й агресії.

Окремо дослідник проаналізував механізми впливу, а саме кінематограф, радіо, пресу, масові мітинги, символіку. Він яскраво показав, що подібні механізми відігравали важливе значення в процесі впливу на людину, оскільки всі сфери тогочасного повсякденного життя були пронизані пропагандою та поступово ставали звичним явищем у нацистській Німеччині.

Отже, на відмінно від Лассуелла й Еллюля, Велч зосередився конкретно на функціонуванні пропагандистського апарату Третього Рейху, а не лише на загальній теорії.

Роберт Едвін Герцштейн у своїй монографії «The War That Hitler Won: Goebbels and the Nazi Media Campaign» [104], ґрунтовно проаналізував діяльність Йозефа Геббельса на посаді міністра пропаганди. Дослідження автора дає зрозуміти, що Йозеф Геббельс мав величезний вплив під час пропагандистської компанії, історик вдало охарактеризував міністра як «архітектора інформаційної політики Третього Рейху».

Під час опрацювання праці простежується основна ідея: ще до початку військових дій з боку Німеччини - інформаційна компанія вже працювала на Гітлера. Звичайно, подібна перемога не могла обійтись без Геббельса, який створив атмосферу ентузіазму та довіри з боку населення, яке готово було повністю йти та наслідувати фюрера.

Вагомим внеском Герцштейна є аналіз ключових медіа-інструментів: преси, радіо, кіно, масові видовища. Він показав, яким чином Геббельс об'єднав всі ці засоби в єдину пропагандистську систему, яка потім працювала як злагоджений механізм.

Дослідник у своїй роботі показав, яким чином застосовувалися маніпуляції образами ворога. Наприклад, євреї як внутрішні вороги, які є винуватцями всіх бід починаючи від Першої світової війни, закінчуючи економічними кризами та моральним розкладом суспільства. У такий спосіб антисемітизм ставав

центрального наративу нацистської ідеології. Це дозволило безперешкодно мобілізувати більшість населення на боротьбу з уявним ворогом та полегшило реалізацію репресивних заходів.

Отже, Герцштейн доповнює дослідників проаналізованих вище але не будує загальної теорії. Зазначена монографія надає можливість простежити явище пропаганди на прикладі особистості та конкретних дій міністерства пропаганди

Наступною важливою працею слугує «Hitler's Beneficiaries: Plunder, Racial War, and the Nazi Welfare State» Гюца Аля [101]. Дана робота має вагоме значення в контексті розуміння ефективності пропагандистського апарату Третього Рейху. Автор наводить аргументи щодо популярності нацистського режиму через матеріальні вигоди пересічних німців, що значно посилювалося функціонуванням пропаганди. Наприклад, експропріація єврейського майна або пограбування окупованих територій значно вплинули на добробут німецького населення, що давало змогу значно легше сприймати пропаганду, яка показувала, що все це робиться виключно для блага власного населення. Монографія Гюца Аля акцентує увагу на економічні основи ефективності пропаганди зміщуючи акцент з психологічного впливу на населення.

Важливий внесок у висвітлення даної теми зробили українські дослідники, які охарактеризували детально кожен механізм нацистської пропаганди. Особливо цінним постають ті праці у яких проаналізовані аспекти пропаганди під час окупації території України.

Доцільно виділити дослідника М. Михайлюка [62], який детально проаналізував класичні механізми нацистської пропаганди, які використовувались на окупованій території України. Особливо важливого значення набуває інформація правового забезпечення німецької пропаганди під час окупаційного режиму. Детально проаналізовані основні лінії пропаганди, які автоматично налаштовувались на окупованій території. Вагомим внеском автора є широкий огляд основних методів впливу, які нацисти використовували на території України: преси, радіо, кіно, плакатів, театрів, навіть гумору (анекдоти,

карикатури). Слід відзначити спроби відродити історичну пам'ять про боротьбу українців проти «польського та московського ярма», що мало підживити антирадянські настрої. Отже, праця Михайлюка яскраво показує особливості механізму нацистської пропаганди Райхскомісаріату України, а саме її суперечливий характер: створення образу ворога поєднувалось з закликами до визволення українців.

К. Абрамчук [34] досліджує німецьку політику набору та примусової депортації робітників 1941–1945 рр. з території Волинської області. Автор у своєму дослідженні показав, як пропаганда подавала мобілізацію. Величезна інформаційна компанія була спрямована на формування думки, що потрібні люди для добровільної праці на благо Німеччини. Тим самим місцеве німецьке керівництво приховувало насильницький характер компанії набору робітників.

М. Андрійчук [35] у своїй роботі аналізує міжетнічні відносини в умовах окупації на Західній Волині. В доктрині нацистської пропаганди особливе місце займало єврейське питання. Звичайно, окупована територія України не стала виключенням, щодо розпалювання антиєврейських настроїв. Дослідник надає детальний огляд, як образ «Єврейського ворога» поширювався на всю територію. У такий спосіб загальнонацистські пропагандистські кліше застосовувались на території Райхскомісаріату «Україна».

С. Белецца [36] розглянув функціонування освітньої системи в окупованій Україні. Дослідник приходить до висновку, що хоч доступ до якісної освіти для українців був недоступний, школа та університети ставали чудовим майданчиком поширення нацистської ідеології. Автор виокремлює два періоди розвитку шкільництва: перший - від початку окупації до осені 1942 р., коли місцева адміністрація намагалася реформувати радянську систему освіти в націоналістичному ключі, та другий – від літа 1942 р. до відновлення радянської влади, коли відбувся різкий злам у підходах до освіти.

А. Вашкевич [38] також досліджує освіту на окупованій території України але висвітлює іншу сторону цього процесу показуючи, що головною метою німецької педагогічної доктрини було виховання покірної робочої сили.

Населення мало бути позбавлене будь-яких проявів національної свідомості. Дослідник вказує, що німецьке керівництво на окупованій території робило все можливе, щоб критичне мислення населення абсолютно не розвивалося. Наприклад, викладання історії та суспільних дисциплін максимально обмежувалось. Автор вказує, що нацисти тільки зовні обіцяли «автономію» та наголошували про боротьбу з гнобителями українців. Тим часом головною їхньою метою було нищити прояви української національної ідентичності [37].

У своїй статті І. Грідіна [47; 48] звертає увагу на те, що ретельно розроблений механізм німецької пропаганди не співпадав з реальним розвитком подій. На фоні величезної пропагандистської кампанії про світле майбутнє та перемогу над ворогами українського народу, нацисти здійснювали терор на окупованій території, примусово вивозили молодь до Німеччини та масово знищували євреїв. Звичайно, все це призвело до пасивного опору населення України. Трансформації свідомості населення окупованої території так і не відбулось, оскільки нацистська влада ігнорувала менталітет та духовне життя українського народу. Зазначена праця відіграє важливого значення в контексті фактору несприйняття населення України нацистської пропаганди.

Важливим напрямом сучасних досліджень є вивчення організаційних засад функціонування пропагандистського апарату Третього Рейху на території України. Зокрема, Д. Титаренко [90;91] проаналізував звіти батальйону пропаганди «U», що діяв у межах Райхскомісаріату «Україна». На основі цих документів, автор показав, як будувалася методика інформаційного впливу на місцеве населення та які теми використовувалися в пропагандистських матеріалах. Більше того, дослідник охарактеризував якою була реакція населення на нацистські меседжі.

В. Яшин [97;98;99;100] здійснив глибоке дослідження діяльності спеціального відділу «Вінета», створеного у 1941 р. у структурі Міністерства народної освіти і пропаганди Третього Рейху. Автор визначає, що основним завданням цього відділу була організація інформаційно-психологічної кампанії, яка спрямовувалася на населення окупованих територій, військовополонених та

остарбайтерів. Історик подає біографії українських інтелектуалів, які співпрацювали з «Вінетою» та створювали пропагандистські матеріали. У своїй праці дослідник на основі архівних документів доходить висновку, що журналісти, письменники і філологи залучені до пропагандистської сфери - не завжди усвідомлювали свою участь у колабораціонізмі. Більшість з них сприймали подібну роботу, як спосіб виживання та можливість реалізувати свої творчі здібності в період війни.

Вагомий внесок у вивченні нацистської пропаганди на окупованій території України зробила О. Салата [72-83], яка у своїх численних публікаціях досліджує структуру, інструменти та інформаційно-психологічні механізми пропагандистської діяльності Третього Рейху. Авторка охоплює у своїх дослідженнях широкий спектр аспектів - організація пропагандистських органів, аналіз використання конкретних медіаформ (преса, радіо, кіно пропаганда, листівки, чутки тощо). Загалом праці О. Салати демонструють комплексний характер, оскільки надають важливу інформацію починаючи від конкретних форм пропаганди закінчуючи технологіями інформаційного впливу. Її дослідження особливо цінні в контексті розуміння, як пропаганда проникала в усі сфери життя окупованого суспільства - від медіа і культури до повсякденного спілкування.

Важливий внесок у вивчення періоду нацистської окупації України зробила О. Яшан [96], яка у своїй статті «Життя в окупації (1941–1944 рр.)» розкрила повсякденний вимір існування населення під владою окупантів. Дослідниця використовує архівні матеріали, усні свідчення та історіографічне дослідження з метою аналізу соціального та психологічного стану суспільства, що опинилося під нацистською окупацією. Дослідження Яшан особливо цінне тим, що воно спирається на метод усної історії. Подібний шлях дозволяє побачити війну очима звичайних людей. Зокрема, авторка дає зрозуміти, що повсякденна поведінка українців з часом змінювалася - від надії на «визволення» до усвідомлення жорстокості окупаційної влади.

Регіональні дослідження відіграють велику роль в процесі розуміння особливостей пропаганди на окремих взятих окупованих територіях. З огляду на соціальне, економічне та національне становище нацистська влада підлаштовувала пропаганду з метою максимального впливу та контролю населення. Зокрема, можна виділити наукові розвідки М. Андрійчука [35], С. Стельниковича [90], К. Долгорученко [51].

М. Андрійчук [35] у своїй роботі аналізує міжетнічні відносини в умовах окупації на Західній Волині. В доктрині нацистської пропаганди особливе місце займало єврейське питання. Звичайно, окупована територія України не стала виключенням, щодо розпалювання антиєврейських настроїв. Дослідник надає детальний огляд, як образ «Єврейського ворога» поширювався на всю територію. У такий спосіб загально нацистські пропагандистські кліше застосовувались на території Райхскомісаріату «Україна».

К. Долгорученко [51] описує антиєврейську риторику на окупованій території «Генерального округу Дніпропетровськ». Авторка показує, що антиєврейська риторика першочергово поширювалися через пресу, листівки, публічні заходи. Антисемітська пропаганда поширювалися з метою легітимізувати Голокост та створити ілюзію, що суспільство підтримує репресії проти єврейського населення. Питання антисемітської пропаганди також досліджував А. Подольський [67], який співпадає у роздумах вищезазначеного автора, проте робить важливий акцент на мобілізаційній функції пропаганди, яка повинна була акумулювати сили окупаційного населення на боротьбу з євреями

Важливі регіональні аспекти впливу пропаганди на сферу освіти розкрито в дослідженні С. Стельниковича [90], який на матеріалі Житомирсько-Вінницького регіону показав, як нацистська адміністрація через систему початкових шкіл намагалася реалізувати політику ідеологічного контролю, обмеження освітнього рівня українців і водночас боротьбу з будь-якими проявами національного відродження.

Отже, Проблема нацистської пропаганди в Україні є багатовимірною й потребує аналізу її основних форм і механізмів. Після війни науковці усвідомили

її роль у формуванні масової свідомості, створенні образу ворога та легітимації окупаційної політики. Зарубіжні дослідження заклали теоретичні основи вивчення пропаганди та її практичного застосування у воєнний час. Українська історіографія переважно зосереджується на регіональних особливостях функціонування пропагандистських структур і підкреслює суперечливість нацистської політики, яка поєднувала антирадянські й антисемітські наративи з маніпулятивними обіцянками «визволення», що не могли бути сприйняті позитивно в умовах репресій та насильства окупаційного режиму.

1.2. Джерельна база дослідження

Джерельна база відіграє важливе значення в будь-якому дослідженні, особливо якщо це стосується дослідження феномену пропаганди. Джерельну базу даного дослідження доцільно поділити на дві групи: письмові (преса та архівні документи) та зображальні (плакати).

Періодична преса окупованої України повністю підпорядковувалася німецькому керівництву. В період окупації українська преса поширювала інформацію виключно вигідну нацистській Німеччині, оскільки це був одним із найдієвіших способів впливу на населення.

У нашій роботі були використані такі газети: «Визволена Україна» (Чуднів) [2], «Нове українське слово» [32], «Вінницькі вісті» [31], «Голос Полтавщини» [6], «Волинь» [9], «Вісті для українських селян» [5], «Костопільські вісті» [24], «Нова Шепетівщина» [25], «Горохівські вісті» [4], «Дзвін» (Кривий Ріг) [12].

Підокупаційна преса використовувалась, як основний канал поширення пропагандистської ідеології на окупованій території. Періодичні видання мали свої особливості. Наприклад, нацисти підлаштовувалися під територію та населення і в залежності від цього будували свою систему пропаганди та поширювали її в потрібному контексті.

Всі газети, які були використані у цьому дослідженні, обиралися залежно від року. Була поставлена мета –комплексно проаналізувати газети в залежності

від основних напрямків нацистської пропаганди: антисемітський, антибільшовицький, маніпулювання аграрним питанням, вивезення населення на роботи до Третього Райху. Для цього було здійснено добір періодичних видань, що виходили на території Райхскомісаріату «Україна» у 1941–1944 рр. Серед них - офіційні друковані органи німецької адміністрації («Волинь», «Нове українське слово», «Вінницькі вісті» тощо), а також видання місцевого рівня, які відображали політику та ідеологічні настанови окупаційної влади.

Окрему групу джерел у цьому дослідженні становлять матеріали, пов'язані з діяльністю спеціального відділу «Вінета» - пропагандистського осередку, створеного у 1941 році в структурі Міністерства народної освіти і пропаганди Третього Рейху. Завданням цього відділу була організація інформаційно-психологічного впливу на населення окупованих територій, зокрема на теренах Райхскомісаріату «Україна».

Джерельна база щодо діяльності «Вінети» є обмеженою через специфіку збереження документів та тривалий період їх закритості у повоєнні десятиліття. Значна частина матеріалів залишилася в архівах Німеччини, Австрії та Чехії, а окремі документи потрапили до фондів радянських спецслужб після завершення війни. До джерел, на основі яких вивчалася ця тематика, належать розсекречені матеріали радянських спецслужб, документи Державного центру УНР в екзилі, матеріали архіву Служби зовнішньої розвідки України, а також мемуарна література, у якій збереглися непрямі свідчення про українських співробітників цього відділу. Для уточнення біографічних даних залучалися довідково-біографічні видання еміграційного та вітчизняного походження.

У цьому дослідженні інформація про діяльність «Вінети» використовується на основі опрацьованих і детально охарактеризованих джерел, наведених у працях історика В. Яшина. Дослідження містить узагальнення архівних документів, що залишаються недоступними для прямого ознайомлення [96-99].

У нашій роботі також були використані зображальні джерела, представлені агітаційно-пропагандистськими плакатами, що поширювалися німецькою

окупаційною адміністрацією на території Райхскомісаріату «Україна». Для їх аналізу ми спиралися на колекцію, опубліковану О. Маєвським у дослідженні «Єднайтесь для боротьби проти вашого смертельного ворога – більшовизму! Плакатна графіка німецької окупаційної адміністрації на території України», доступному на платформі *Ukraina Moderna* [58]

Саме це зібрання дозволило комплексно розглянути візуальну складову пропагандистської політики Третього рейху.

Опрацьовані нами плакати були відібрані за принципом репрезентативності основних пропагандистських напрямів: антибільшовицького, антиєврейського, аграрно-маніпулятивного та оstarбайтерські кампанії) Завдяки цьому стало можливим простежити еволюцію пропагандистських меседжів залежно від ситуації на фронтах та змін у політичних завданнях окупаційної влади.

Наприклад, у плакатах періоду переломного моменту на фронті з Радянським Союзом все більше можна було помітити зміну механізму формування образу ворога, єврейське питання відводилось на другий план, тоді як головним об'єктом пропагандистських атак ставали більшовики. Особливо це простежується під час поразки Німеччини під Сталінградом і Курськом, що автоматично підсилило опір населення на окупованих територіях. Тому на плакатах одразу почали з'являтися мотиви спільної боротьби проти більшовизму. Звичайно все частіше почали зображатися потенційні союзники проти комунізму, а саме українці, білоруси і балтійці. Саме ці народи повинні були стати на бік нацистів та не допустити проникнення небезпечної комуністичної сталінської тиранії до « нової Європи », яку будувала нацистська Німеччина.

Отже, можна стверджувати, що нацистська пропаганда не була статичною, а гнучко реагувала на мінливість умов війни та настрої місцевого населення, що свідчить про адаптивність нацистської пропаганди.

1.3. Методологічні та методичні підходи до вивчення проблеми

Методологічна основа дослідження спирається на систему історичних і загальнонаукових принципів, що забезпечують наукову об'єктивність, послідовність і повноту аналізу проблеми нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна».

Принцип історизму дозволяє розглянути пропаганду як явище в конкретному історичному контексті Другої світової війни та з урахуванням всіх особливостей окупаційного режиму на території Райхскомісаріату «Україна». Тобто, даний принцип дає можливість дослідити історичні факти нашої теми з точки зору часу коли вони відбувалися.

Важливого значення набуває принцип об'єктивності, оскільки потрібно враховувати пропагандистські наміри німецької сторони та реакцію населення на пропаганду в умовах окупації. Тому важливо без упередженості підходити до дослідження даної проблеми та об'єктивно оцінювати інформацію, наголошувати як на позитивних так і на негативних наслідках.

Принцип науковості у нашій роботі передбачав: використання науково перевірену інформацію, критичний аналіз історичних джерел та літератури, відповідності теми досліджуваної проблеми, розкриття причинно-наслідкових зв'язків. Даний принцип забезпечив всебічне дослідження проблеми та розкриття об'єктивної, науково обґрунтованої інформації.

Також у нашому дослідженні були застосовані загальнонаукові методи, які надали можливість комплексно проаналізувати зазначену тему та сприяли системності та легкості в досягненні мети цього дослідження. Серед методів були застосовані: аналіз та синтез, індукція та дедукція, аналогія та абстрагування, порівняння, моделювання.

Метод аналізу та синтезу дозволив виявити окремі елементи пропагандистського впливу. Наприклад, змістовна частина, яку вдалося детально проаналізувати за допомогою окремих статей, які містилися на шпальтах окупованої преси та остаточно дійти висновку, щодо зміни риторики з огляду на ситуацію на фронті. Також зазначений метод допоміг виокремити

форми та засоби комунікації нацистської пропаганди та поєднати їх у цілісну картину функціонування пропаганди на окупованих українських землях.

Метод порівняння дав змогу співставити пропагандистські кампанії різних періодів окупації. Це дало можливість дійти висновку щодо адаптивності нацистської пропаганди в умовах змін військово-політичної ситуації та зміщення акцентів в залежності від цілей на певній території та врахування складу населення чи соціального становища.

Індукція та дедукція дала можливість узагальнити факти з окремих регіонів і знайти спільні закономірності та особливості щодо функціонування пропаганди в межах Райхскомісаріату «Україна».

Спеціально-історичні методи відіграли важливу роль в процесі дослідження нашої теми та дозволили всебічно проаналізувати процес функціонування нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна».

Історико-типологічний метод використовувався під час аналізу періодичної преси, що виходила в роки окупації. Метод допоміг класифікувати видання, визначити тематику нацистської пропаганди на шпальтах газет та риторику у різні періоди війни. Це дало змогу простежити зміну акцентів у пропагандистських матеріалах.

Історико-критичний метод застосовувався під час аналізу пропагандистських джерел - газет, листівок, звітів, документів, плакатів. Даний метод допоміг визначити наскільки упереджена або достовірна чи маніпулятивно спрямована інформація, що містилася у цих джерелах.

Проблемно-хронологічний метод допоміг відтворити формування та еволюцію нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «України» у хронологічній послідовності - від початку окупації до занепаду пропагандистського апарату наприкінці війни. Це дозволило виявити загальні тенденції та специфічні риси поширення нацистської пропаганди в різні періоди війни.

Окреме місце у дослідженні займає метод контент-аналізу, який був застосований, щоб ґрунтовно дослідити зміст текстових та візуальних повідомлень пропагандистських матеріалів. Це дозволило виявити ідеологічні та смислові акценти. Наприклад, через повторювані теми, символи та образи можна простежити цілісний пропагандистський наратив. Також даний метод дав можливість простежити наскільки часто використовувались певні ідеологічні гасла з метою максимального впливу на суспільство. Візуальні образи вказували на пріоритети окупаційної влади в періоди коли їм потрібно було легітимізувати свої дії на окупованій території, або під час мобілізації населення боротьби проти спільного ворога.

У цьому дослідженні важливе місце посідає історико-генетичний метод, який дав змогу простежити яким чином досвід минулої пропагандистської діяльності Третього Рейху на інших окупованих територіях вплинув на формування наративів, які спрямовувались на українську аудиторію.

Важливе значення у дослідженні має візуально-семіотичний аналіз, за допомогою якого вдалося зрозуміти, які образи, символи та кольори використовували пропагандисти, щоб сформувати потрібний емоційний ефект серед населення. Соціальні настанови Третього Рейху поширювалися через образи, знаки й метафори.

Використання психоаналітичного підходу дозволяє простежити, як пропаганда впливає на підсвідомість людей. Нацистська пропаганда часто зверталася до емоцій, щоб вдало маніпулювати населенням. З огляду на це, даний підхід дозволяє простежити навіщо так часто пропагандисти зверталися до національних героїв, наголошували на жахливих спільних ворогах, яких потрібно знищити та створювали міф про величну «визвольну місію» Німеччини.

У нашому дослідженні, звичайно, не обійшлося без джерелознавчих методів, а саме: пошук, класифікація, відбір. Під час опрацювання історичної літератури застосовувався історіографічний метод, який дозволяє систематизувати наукові праці з даної теми від витоків до сучасних напрямків

дослідження, що в свою чергу окреслити перспективи подальших наукових розвідок обраної теми.

Отже, комплексне використання загальнонаукових, спеціально-історичних, міждисциплінарних і джерелознавчих методів забезпечило дослідження даної проблеми з різних сторін, що в свою чергу надало глибокої ґрунтовності нашому дослідженню. Кожен з використаних методів допоміг досягти поставленої мети - виявити, сутність, особливості, механізм та вплив нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна».

Висновки до розділу 1

Отже, у першому розділі було розглянуто витoki дослідження пропаганди, як явища. Зарубіжна історіографія заклала теоретичний фундамент, адже автори ґрунтовно дослідили пропаганду, як багатовимірний процес. Зокрема, дослідники виявили ключові аспекти пропаганди: систему, механізми, вплив на свідомість населення. Українська історіографія загалом орієнтується на локальні теми дослідження пропаганди. Науковці звертають увагу в основному на окупаційну пропаганду, яка поширювалася на території Райхскомісаріату «Україна». Основні теми на які звертають увагу: регіональний вимір, антисемітизм, мобілізаційні кампанії окупованого населення на роботу до Третього Райху.

Джерельна база дослідження включає: окупаційну пресу, пропагандистські плакати, матеріали про діяльність спецвідділу «Вінета» та пов'язані архівні комплекси. Такий пласт джерел дозволяє комплексно розглянути, як змінювалася риторика в залежності від перебігу війни, адаптивність нацистської пропаганди під регіональні та політичні умови, застосування потрібних образів з метою впливу на населення та формування їхнього світогляду.

Методологічно дослідження спирається на принципи історизму, науковості та об'єктивності, а також на комплекс загальнонаукових і спеціально-історичних методів: історико-порівняльний, проблемно-хронологічний, історико-типологічний, історико-критичний, контент-аналіз, візуально-

семіотичний та ін. Зазначені підходи дозволили комплексно дослідити форми й інструменти нацистської пропаганди.

РОЗДІЛ 2.

НАЦИСТСЬКА ПРОПАГАНДА НА ТЕРИТОРІЇ РАЙХСКОМІСАРІАТУ «УКРАЇНА» У 1941–1944 РР

2.1. Структура та інструменти пропагандистського апарату Райхскомісаріату «Україна».

Нацистська окупаційна політика передбачала складну пропагандистську структуру, оскільки пропаганда відігравала важливу роль у системі окупаційного управління. З огляду на це, Третій Рейх організував масштабну інформаційну політику на території Райхскомісаріату «Україна».

Логіка нашого дослідження передбачає аналіз всієї пропагандистської діяльності в межах окупованої території України. У цьому зв'язку слід зазначити, що собою представляла новоутворена окупована територія. Райхскомісаріат «Україна» (нім. *Reichskommissariat Ukraine*) - адміністративно-територіальне утворення нацистської Німеччини, створене за наказом А. Гітлера 20 серпня 1941 року. Центром управління стало місто Рівне, а керівником (райхскомісаром) був призначений гауляйтер Східної Пруссії Еріх Кох. Райхскомісаріат підпорядковувався Міністерству окупованих східних територій на чолі з Альфредом Розенбергом.

До складу Райхскомісаріату входила більша частина території сучасної центральної, південної та західної України, а також окремі південні райони Білорусі. Адміністративно він поділявся на генеральні округи (*Generalbezirk*) та округи (*Gebiete*), у межах яких діяли місцеві гебітскомісаріати [88].

У межах цієї адміністративної структури формувався потужний пропагандистський апарат, який мав забезпечити ідеологічне підґрунтя німецької окупаційної політики та впливати на свідомість місцевого населення.

Пропаганда і справді відігравала вирішальну роль на окупованій території, оскільки мала забезпечити прихильність населення до прийдешньої влади та легімітизувати будь-які дії. Яскравим прикладом в контексті нашого твердження можна вважати величезні спроби відділів пропаганди маніпулювати свідомістю

людей зміщуючи акценти до патріотичності та антисемітизму. Слід відзначити, що пропаганда працювала та виконувала свою головну функцію.

Проте у який спосіб нацистська пропаганда так швидко почала функціонувати і приносити перші успіхи? У цьому контексті наше дослідження передбачає детальний огляд структури пропагандистського апарату Райхскомісаріату «Україна» та загалом Третього Рейху.

Важливою складовою нацистського режиму була ідеологічна робота, зокрема формування єдиного інформаційного простору Німеччини, що мало на меті повний контроль над суспільною свідомістю. Одним із ключових напрямів програми НСДАП став так званий «культурно-політичний блок», який передбачав «очищення» національного інформаційного простору від «антинімецьких» впливів та створення ефективної системи пропаганди [79, с. 153–159]..

Після приходу нацистів до влади у 1933 році почалося інтенсивне формування ідеологічних інституцій. Було створено низку міністерств, покликаних контролювати всі сфери духовного життя країни. Центральну роль у цій системі відігравало Міністерство народної освіти і пропаганди Третього рейху, очолюване Йозефом Геббельсом. Йому підпорядковувалися всі пропагандистські організації, що діяли у сфері преси, радіо, кіно, театру, книговидавання, культури та освіти. Згідно з урядовим декретом від 30 червня 1933 р., міністерство отримало повноваження на загальну політичну пропаганду, організацію державних свят, контроль за моральним станом суспільства та інформаційним обігом у країні [79, с. 153–159].

Структура міністерства була розгалуженою і постійно змінювалася. До її складу входили відділи преси, радіо, кіно, театру, музики, літератури, а також спеціальні підрозділи з питань внутрішньої та зовнішньої пропаганди. Міністерство контролювало діяльність Імперської палати культури, Німецької бібліотеки, Інституту міжнародних відносин та Імперського об'єднання німецької преси. Відділ пропаганди був центральним елементом цієї системи, забезпечуючи ідеологічну єдність інформаційного простору [103].

Після початку німецько-радянської війни функції пропаганди на окупованих східних територіях було розподілено між кількома відомствами: Міністерством пропаганди Рейху, Міністерством східних окупованих територій, Верховним командуванням вермахту, Службою безпеки СС та Абвером. Основна координація покладалася на Міністерство пропаганди під керівництвом Й. Геббельса та Службу Розенберга, які здійснювали політичний і культурний контроль.

У межах Райхскомісаріату «Україна» головну роль відігравав «східний відділ» Міністерства пропаганди, який координував діяльність місцевих пресових і культурних осередків. Безпосереднє управління здійснювалося через відділ пропаганди «U» (Україна), що функціонував у зоні тилового командування групи армій «Південь». На місцях діяли відділення пропаганди у гебітскомісаріатах, які відповідали за організацію друкованої преси, радіомовлення, кінопоказів і публічних заходів [62].

Особливе місце займав спеціальний підрозділ «Vineta», створений у структурі Міністерства пропаганди. Спеціальний відділ «Vineta» було засновано влітку 1941 року в структурі Східного відділу Міністерства народної освіти і пропаганди Третього Рейху. Формально ця установа мала статус зареєстрованої некомерційної організації (*eingetragener Verein*) з власним статутом, проте її діяльність повністю фінансувалася міністерством пропаганди. Основним завданням відділу було здійснення широкомасштабної інформаційно-пропагандистської роботи на окупованих східних територіях, а також серед оstarбайтерів, військовополонених, емігрантів та представників колабораціоністських військових формувань після втрати нацистами контролю над регіоном. Враховуючи стратегічне значення «Vineta», особлива увага приділялася добору кадрів, насамперед представників національних редакцій. Попри неоднозначність їхнього статусу, більшість співробітників відділу були освіченими інтелектуалами, журналістами та митцями, які опинилися перед складним моральним вибором і, для багатьох із них, участь у діяльності «Vineta» стала трагічним епізодом життєвого шляху [98].

Отже, структура пропагандистського апарату представляла собою ієрархічну модель: Спочатку Міністерство пропаганди в Берліні, потім Райхскомісаріату в Рівному, останній щабель сягає відділів пропаганди в округах.

Після налагодження системи пропагандистського впливу було важливо поширювати нацистські меседжі. Звичайно вся пропаганда надходила через основні інформаційні канали: друковані ЗМІ, Радіопропаганда, візуальна пропаганда, освітньо-культурна пропаганда, кінопропаганда.

Друкованим ЗМІ у вигляді періодичної преси відводилася окрема роль, оскільки газети та брошури надавали можливість поширювати максимальну кількість інформації з фронтів та формувати важливі пропагандистські меседжі для окупованого населення.

У структурі Міністерства окупованих східних територій функціонувала спеціальна група 18с, створена для обслуговування східної преси. Її очолював Кіхбен-Шмідт. Основним завданням цього підрозділу було забезпечення інформаційної діяльності друкованих органів, що виходили на окупованих територіях. Серед основних напрямів роботи групи - складання тематичних планів, ведення картотек, організація виїзних поїздок журналістів у різні регіони та контроль за підготовкою й обробкою матеріалів для публікації. Безпосередньо підпорядкованими групі були видавництва, які випускали періодичні видання для населення окупованої України, зокрема газети «Нове слово», «Голос...» та інші.

Важливу роль у системі німецького інформаційного контролю відігравало також Політичне управління преси, що координувало цензурну політику. Воно займалося підготовкою докладних інструкцій для видавців, організовувало роботу кореспондентів східних видань та забезпечувало ідеологічну узгодженість публікацій. Цей відділ поширював численні пропагандистські матеріали - ілюстровані путівники про «нову Німеччину», брошури про Адольфа Гітлера, тексти про «новий порядок» у Європі, а також видання, що оспівували добробут німецьких робітників і селян.

Ключовою темою окупаційної преси, як і всієї нацистської пропаганди, було проголошення «визвольної місії» Третього рейху - звільнення народів Радянського Союзу від більшовизму. Центральним елементом цієї ідеологічної конструкції став образ ворога, уособлений у радянській владі та єврейському населенні, які ототожнювалися в нацистському дискурсі як головні винуватці «зла комунізму». Така пропагандистська схема мала на меті виправдати німецьку окупацію та створити ілюзію «цивілізаційної місії» Німеччини на Сході [81].

Періодичні видання на території окупованої України почали з'являтися вже в перші тижні після встановлення німецької адміністрації. Від кінця літа 1941 року українськомовна преса почала виходити на більшості захоплених територій, охоплюючи як великі міста, так і районні центри. У кожному з них діяли друкарні, що забезпечували випуск місцевих газет. Уже восени 1941 року почали регулярно виходити такі видання, як «Волинь» (Рівне), «Вільне слово» (Дрогобич), «Голос Полтавщини» (Полтава), «Меч» (Кривий Ріг), «Нова доба» (Бердичів) та інші [79, с. 157-158].

Для впорядкування діяльності окупаційної преси на території Райхскомісаріату «Україна» відділом преси Міністерства окупованих східних територій була створена багаторівнева система управління. Центральну роль у ній відігравало «Німецьке видавничо-друкарське товариство в Україні», засноване в Луцьку. Ця структура відповідала за випуск німецькомовної періодики, офіційних бюлетенів райхскомісара та генеральних комісарів, а також за діяльність друкарень, фотокореспондентів і книгорозповсюдження [79, с. 157-158].

Підпорядковані цьому товариству підрозділи виконували окремі спеціалізовані функції. Зокрема, «Преса України», «Українія», «Ужитковий друк України» та сільськогосподарське видавництво України займалися організацією друку місцевих видань і розповсюдженням газет. Найактивніше діяло товариство «Преса України», офіційно створене 1 грудня 1941 р., яке координувало роботу друкарень по всьому Райхскомісаріату й у зоні військової адміністрації. Воно контролювало матеріально-технічне забезпечення

підприємств і здійснювало економічний нагляд за їхньою діяльністю [79, с. 157-158].

Товариство «Українія», засноване восени 1941 р. у Луцьку під егідою Національної спілки німецьких видавців газет у Берліні, до початку 1943 р. мало вже 32 пункти розповсюдження, а в серпні того ж року мережа охоплювала 65 міст. Загалом на початку 1943 р. товариство «Преса України» координувало випуск 91 газети із сумарним разовим тиражем близько 1 мільйона примірників.

За підрахунками дослідників, на території Райхскомісаріату «Україна» в роки окупації виходило близько трьох сотень газет і часописів, що робить пресу одним із наймасовіших засобів нацистської пропаганди [79, с. 157-158].

У зоні військової адміністрації нацистів видання періодичної преси здійснювалося під безпосереднім контролем військових органів. Усі друкарні, які функціонували на захоплених територіях, були оголошені власністю німецької держави та передані під управління спеціальних уповноважених із видання преси при батальйонах пропаганди. У тих регіонах, де такі підрозділи були відсутні, нагляд за роботою друкарень покладался на місцеві комендатури або штаби військових частин. Така система свідчить про повну залежність видавничої діяльності від військової адміністрації та підпорядкування її потребам пропагандистського апарату Вермахту.

Функціонування окупаційної преси регулювалося спеціальними документами, зокрема «Директивою з питань пропаганди в період нападу на СРСР», у якій визначалися основні принципи інформаційної політики. У документі наголошувалося, що ворогом Німеччини є не народи Радянського Союзу, а «жидо-більшовицький уряд» та його прибічники. Відтак німецькі війська проголошувалися не загарбниками, а «визволителями» від радянського режиму. Водночас будь-які прояви опору, співпраця з радянською владою чи поширення інформації, яка могла б підірвати довіру до окупаційного режиму, каралися згідно з військовими законами.

Серед завдань окупаційної преси визначалося поширення позитивного образу німецької армії, популяризація економічних і політичних заходів

окупаційної влади та дискредитація радянської системи. Цензурні обмеження забороняли будь-яку радянську або українсько-націоналістичну пропаганду, а також публікацію достовірних відомостей про становище на фронті чи про реальний стан Вермахту. Отже, преса у зоні військової адміністрації виступала виключно як інструмент пропаганди, спрямований на легітимацію німецької окупаційної політики та ідеологічне підпорядкування місцевого населення [60, с. 202].

Радіопропаганда відігравала не меншу роль ніж окупаційна преса. Підпорядкування такого інформаційного каналу надало можливість німецькій адміністрації поширити свої нацистські меседжі на велику кількість людей, а що саме найважливіше вплинути на сільське населення, яке не завжди могло прочитати тодішню пресу.

Радіопропаганда забезпечувала масове та швидке поширення потрібних наративів серед населення окупованих територій. Як свідчать джерела, головний радіоцентр, що обслуговував східні регіони, розташовувався у Берліні, а трансляцію здійснювали радіостанції Варшави, Белграда, Бухареста й Гельсінкі. На території України їхній сигнал приймали радіовузли та військові радіостанції найбільших міст. У 1943 р. діяло 15 україномовних і 7 російськомовних передач, які суворо контролювалися цензурою. Ефір складався з оголошень окупаційної влади, щоденних зведень ОКВ, оглядів преси, музичних програм і матеріалів, спрямованих на формування лояльності остарбайтерів. Німецька адміністрація прагнула витіснити радянську радіомережу та замінити її власною інформаційною системою, використовуючи радіо як інструмент політичного впливу й психологічного тиску [62].

Важливою складовою нацистської пропаганди виступали плакати, оскільки подібний інструмент впливу дозволяв через зображення формувати думку окупованого населення. У другій половині 1942 року нацистське керівництво уточнило підходи до візуальної пропаганди на території України, зокрема через спеціальну «Додаткову директиву щодо здійснення пропаганди в

Україні» від 16 грудня 1942 р. У документі формувалися ключові смислові лінії плакатної агітації, спрямованої проти СРСР. Основними акцентами ставали:

- підживлення історичної ворожнечі до Москви та уявлень про її постійну шкоду для України;
- нагадування про голодомори, репресивну політику проти селянства;
- демонізація наслідків двадцятирічного панування радянської влади;
- наголос на тому, що становище українців покращиться тією мірою, якою вони підтримують німецькі воєнні зусилля;
- проголошення неминучого встановлення німецького порядку після завершення війни;
- створення ілюзії «поступок» для українського населення: обіцянки місцевого самоврядування, релігійної терпимості, підтримки української мови, відкриття шкіл, розширення селянських наділів, підвищення рівня добробуту.

У «Директиві для трактування «українського питання» у пресі та пропаганді» додатково окреслювались комунікаційні орієнтири для окупаційної преси. Серед них:

1. Теза про тимчасовість відступу: підкреслювалося, що німці «обов'язково повернуться», а відхід вермахту пояснювався перенесенням головних бойових дій на інші фронти.
2. Конструювання образу України як частини «Європи», протиставленої більшовицькій системі, із закликом боротися проти повернення радянської влади та сприймати «нову Європу» під проводом Німеччини як альтернативу.
3. Порівняння: акцент на «позитивних змінах», нібито принесених німецькою окупаційною владою, на протигагу «злочинам більшовизму».

З метою посилення впливу цих наративів окупаційна адміністрація впорядковувала форми подачі інформації. У містах і селах організовували спеціальні «плакатні дошки» та вітрини в публічних місцях, які регулярно

оновлювалися офіційними оголошеннями, гаслами та зображеннями. Значна частина матеріалів виготовлялася українською мовою, що мало створити враження поваги до національної специфіки та підвищити довіру до «нового порядку» [60, с. 154-155.].

Важливою складовою нацистської візуальної пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна» стали матеріали, створені безпосередньо на місцевому рівні. Попри гіршу поліграфічну якість і обмежені технічні можливості, саме такі плакати та ілюстрації нерідко виявлялися ефективнішими за централізовано вироблену продукцію. Їхня результативність пояснювалася тим, що місцеві художники, публіцисти та літератори краще відчували суспільні настрої, ментальні коди та емоційні реакції цільової аудиторії, а отже - здатні були точніше адаптувати пропагандистські меседжі до регіонального контексту.

З метою розширення кола виконавців та забезпечення окупаційного простору новими агітаційними матеріалами адміністрація заохочувала участь у створенні пропагандистських плакатів через організацію спеціальних конкурсів. Такі конкурси мали подвійне завдання: з одного боку - виявити талановитих митців, здатних працювати у потрібному ідеологічному ключі, з іншого - стимулювати появу нових візуальних рішень, що виходили б за межі стандартних шаблонів, але зберігали загальну пропагандистську спрямованість.

Умови участі зазвичай передбачали визначені тематичні рамки (антибільшовицькі, антирадянські, антиєврейські, прославлення «нового порядку», образ німецького союзника тощо), але дозволяли подавати й інші варіанти, якщо вони відповідали інтересам окупаційної влади. Важливою мотивацією для потенційних учасників були грошові винагороди (у значних на той час сумах) та обіцянки покращених умов працевлаштування і побутового забезпечення у разі подальшої співпраці. У такий спосіб система конкурсів ставала не лише інструментом відбору кадрів, а й механізмом інтеграції частини місцевої інтелігенції в окупаційний пропагандистський апарат [59].

Нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна» вибудовувалася за кількома ключовими напрямками, які мали на меті

легітимізувати окупаційний режим і забезпечити контроль над місцевим населенням. Центральним елементом був антибільшовицький дискурс, у межах якого радянська влада зображувалася як головний ворог українців, відповідальний за репресії, колективізацію та голод. Важливим компонентом цього наративу було поєднання образу більшовизму з єврейством, що посилювало антисемітські настрої та слугувало виправданням репресивної політики щодо єврейського населення.

Другим напрямом стала аграрна пропаганда, побудована на маніпуляції «земельним питанням». У пропагандистських текстах і плакатах поширювалися обіцянки «повернення землі» та підтримки селянства, що контрастувало з досвідом радянської колективізації. Так формувалася ілюзія, що співпраця з окупаційною владою може принести українським селянам соціально-економічні вигоди.

Третім важливим напрямом були мобілізаційні кампанії, спрямовані на залучення робочої сили до роботи в Німеччині. Агітаційні матеріали представляли виїзд як добровільний вибір і перспективу «кращого життя», замовчуючи реальний примусовий характер трудової мобілізації та експлуатаційні умови. У комплексі ці напрями створювали образ нацистської влади як «альтернативи більшовизму», маскуючи колоніальний характер окупаційної політики [58].

Важливе місце в системі нацистської пропаганди займала антисемітська кампанія, покликана посилити міжетнічну ворожнечу та сформувати уявлення про євреїв як головних винуватців усіх бід українського народу. Особливо активно цей мотив використовувався у плакатному мистецтві. Типові агітаційні плакати містили гасла, які приписували євреям відповідальність за розорення України, голод, насильство та співпрацю зі сталінським режимом. Через подібні тексти окупаційна адміністрація прагнула перекласти провину за злочини тоталітарного минулого на конкретну етнічну групу, створюючи образ «спільного ворога» й водночас відволікаючи увагу населення від справжньої суті нацистської політики [48, С. 61].

Антисемітські плакати виконували подвійну функцію: вони не лише підтримували расову доктрину Третього Рейху, але й виступали інструментом психологічного впливу, який мав виправдати агресію проти єврейського населення та надати окупаційному режиму уявну «моральну легітимність» в очах частини місцевого суспільства.

Освітньо-культурна пропаганда на окупованій території повинна була надати потужний пропагандистський вплив під час масових заходів. Масовість в даному випадку відігравала важливу роль, оскільки нацистські пропагандисти могли охопити величезну кількість населення з метою поширення потрібних меседжів через доволі просту систему культурних заходів та специфічної освіти серед окупованого населення. В подальшому це надавало можливість привити потрібні пропагандистські кліше ще з шкільного віку.

В освітній сфері нацистська адміністрація намагалася створити контрольовану, «спрощену» систему шкільництва, покликану формувати лояльність до Рейху. Циркуляр Міністерства східних окупованих територій передбачав організацію загальноосвітніх курсів тривалістю сім років. Після їхнього завершення учні, які демонстрували найкращі результати, могли вступити до трирічної чи чотирирічної школи для здобуття вищого рівня підготовки. Освіта визнавалася обов'язковою для всіх дітей і мала здійснюватися українською мовою - що мало виразне антиросійське спрямування.

Водночас у практичному вимірі реалізація цих приписів залежала від позиції генеральних комісарів округів, які володіли майже необмеженою владою. Так, Еріх Кох, керівник Рейхскомісаріату «Україна», у грудні 1941 р. наказав закрити всі навчальні заклади, фактично згорнувши попередні ініціативи Східного міністерства [36]

Набагато складнішою ситуацією була з вищою освітою на окупованих територія, оскільки дане питання стосувалося участі дорослого працездатного населення в освітній діяльності, а не у важкому робочому процесі на благо Третього Рейху. Особливо напружена ситуація складається під час масової компанії вербування та вивезення населення з окупованої території на примусові

роботи до Німеччини. Зокрема, дослідник В. Гінда у своїй роботі наводить такі відомості: нацистська освітня політика в Райхскомісаріаті «Україна» мала утилітарний характер - вона підпорядковувалась потребам окупаційної адміністрації та господарства. Освітні установи дозволялося зберігати лише тоді, коли вони готували фахівців, необхідних для роботи в сільському господарстві, медицині чи технічних галузях [42].

У більшості округів було дозволено діяльність аграрних, ветеринарних, медичних і технічних училищ. Зокрема, восени 1941 р. у Києві відновило роботу кілька курсів медичного університету, що пояснювалося потребою у лікарях і санітарах для боротьби з епідеміями. Водночас вища освіта загалом опинилася під загрозою ліквідації: із жовтня 1942 р. райхскомісар Еріх Кох заборонив навчання всім юнакам і дівчатам старше 15 років, мотивуючи це необхідністю залучення молоді до праці в Третньому Рейху. Отже, навчальні заклади стали інструментом примусової мобілізації.

Попри жорстку політику Коха, часткове збереження професійної освіти відбулося під тиском керівника Східного міністерства Альфреда Розенберга, який вважав повне згортання навчання шкідливим для адміністративного управління. У результаті частина ремісничих і технічних шкіл продовжила діяльність, але з мінімальними програмами, позбавленими гуманітарного змісту [42].

Одним із ключових напрямів освітньо-культурної політики нацистської влади в окупованій Україні стало використання мистецтва, зокрема театру, як засобу формування лояльності до «нового порядку». Театральне життя дозволяло створювати ілюзію нормальності, водночас ставши частиною системи пропаганди - «культурної вітрини» Райху для місцевого населення.

Як показують О. Салата та І. Тарнавський, у перші місяці окупації 1941 р. німецька адміністрація навіть сприяла відкриттю театрів, гуртків, аматорських сцен і концертних залів, розглядаючи їх як «засіб морального заспокоєння населення» - передусім у великих містах (Київ, Вінниця, Рівне, Житомир, Дніпропетровськ, Маріуполь). У виставах переважали українські класичні п'єси

- «Наталка Полтавка», «Мартин Боруля», «Запорожець за Дунаєм», - що дозволяло демонструвати «лояльність до місцевих традицій» при фактичному контролі з боку окупантів [87].

Таке «заохочення» театрального мистецтва мало подвійний зміст. З одного боку, окупаційна влада прагнула використати театр для популяризації своїх політичних меседжів - антибільшовицьких, антисемітських і «цивілізаційних» - через розважальний формат. З іншого - саме театр став для українських митців простором обережного збереження національної ідентичності: у постановках звучала українська мова, на сцені зберігалися звичні культурні коди, а самі трупи нерідко організовували збір коштів для нужденних чи поранених - що надавало мистецтву гуманістичного виміру [87]..

Німецька адміністрація вимагала від театрів погодження репертуару, затвердження афіш та рецензій, а також включення обов'язкових прологів або звернень, у яких підкреслювалася «визвольна місія» Німеччини [87].

Одним із найефективніших засобів пропагандистського впливу нацистів на окупованих територіях став кінематограф. Йозеф Геббельс, міністр народної освіти та пропаганди Рейху, ще до війни вважав кіно «наймогутнішим засобом формування світогляду» і створив централізовану систему контролю над кіновиробництвом [72].

Відновлення роботи кінотеатрів у Києві, Харкові, Полтаві та інших містах супроводжувалося організацією пересувних кіноустановок, які демонстрували короткі пропагандистські стрічки й німецьку хроніку. Такі фільми поєднували художні елементи та документальні кадри, створюючи ілюзію достовірності. Їхня мета - сформувати образ «визволеної України» й виправдати німецьку окупаційну політику [72].

Особливого значення набуло залучення місцевого населення до створення кінофотоматеріалів. За даними А. Погорелова, у 1943 р. за підтримки СД та відділів пропаганди організовувалися спеціальні «екскурсії» до Німеччини для підготовки пропагандистських фільмів. У зйомках брали участь колишні

службовці окупаційної адміністрації, педагоги, лікарі та журналісти, які мали виступати перед камерами як «свідки процвітання Рейху» [67].

Ці фільми згодом демонстрували на території Райхскомісаріату «Україна» під назвами «Європа власними очима», «Ми їдемо до Німеччини» та ін. - їхні учасники публічно підтверджували «достовірність побаченого» [72].

Крім суто пропагандистських фільмів, значну частину репертуару кінотеатрів на окупованих територіях становили розважальні стрічки. Як свідчить Д. Титаренко, найбільшу популярність серед глядачів Донбасу мали фільми легкого жанру - мелодрами, комедії, пригодницькі сюжети («Головне — щасливо», «Його найкращий друг», «Барон Мюнхгаузен», «Кора Террі» та ін.). На відміну від історичних чи політично забарвлених стрічок, ці фільми дозволяли глядачам на певний час втекти від повсякденної реальності війни.

Пропагандистські структури вермахту визнавали, що саме «легкий кінематограф» мав найбільший вплив на населення, оскільки викликав емоційний відгук і сприяв створенню враження «нормального життя» під владою Райху. Водночас активно демонстрували й антисемітські картини, зокрема «Жид Зюс», «Вічний жид», «Ротшильди», які повинні були підкріпити ідею «спільного ворога» - євреїв і більшовиків.

Через брак німецьких копій для прокату окупаційна адміністрація вдавалася навіть до використання радянської кінопродукції - переважно аполітичних фільмів, як-от «Антон Іванович гнівається», «Волга-Волга», «Веселі хлоп'ята», «Василиса Прекрасна». Такий підхід дозволяв підтримувати заповнення кіноафіш і водночас не суперечив загальним пропагандистським установкам [92].

Попри масштабність і технічну досконалість кампаній, ефективність кінопропаганди залишалася низькою. Українці здебільшого сприймали ці фільми як нав'язану форму ідеологічного тиску, а відвідування кіносеансів часто мало лише розважальний мотив. Як підсумовує О. Салата: «переконання населення окупованих територій в тому, що німецька армія непереможна було спростоване вже в кінці 1941 р. Кінопропаганда хоч і була поширеною, але не

могла впливати належним чином на місцеве населення, адже йому демонстрували переважно розважально-пригодницькі кінострічки, які не мали істотного пропагандистського навантаження. Документальні ж фільми демонструвалися вкрай рідко, і з очевидними пропагандистськими перебільшеннями, які давали підстави населенню не довіряти їх змісту» [72, с.46].

Отже, нацистська пропаганда в Райхскомісаріаті «Україна» мала складну та водночас гарно налаштовану систему, яка забезпечувала якісний та безперебійний ефект на окуповане населення. Міністерство народної освіти і пропаганди Й. Геббельса та відомство «східної» політики А. Розенберга було взаємопов'язане з мережами створених у Райхскомісаріаті «Україна», а саме: генеральні округи, гебітскомісаріати.

Отже, головними інструментами пропаганди виступали: преса, радіо, візуальні практики, освітньо-культурна сфера у вигляді шкіл, театрів, гуртків та кінопрокатів. Вся діяльність піддавалась суворій цензурі. Головний зміст нацистських меседжів простежувався в кожному з перелічених інструментів. Маємо на увазі, антибільшовицький, антисемітський, мобілізація населення на роботи до Німеччини, маніпуляція земельним питанням.

2.2. Діяльність Східного відділу «Vineta» як складової пропагандистської системи Рейху

Окуповані території на Сході відігравали величезну роль в процесі всієї воєнної компанії. З огляду на це, нацистське керівництво намагалось мінімізувати будь-які прояви опору на цих територіях та здобути максимальну прихильність окупованого населення з метою використання їх у своїх цілях. Звичайно, це також могло вплинути на легітимізацію власних дій. Це зумовило налаштування якісної системи пропаганди з потужним контролем та впливом. Одну з таких структур можна назвати: спеціальний відділ «Vineta».

За дослідницею К. Долгорученко, діяльність спеціального апарату пропаганди Третього рейху на окупованих українських землях мала три періоди.

Перший (1939 – серпень 1941 рр.) — установчий: на основі постанови уряду «Про ведення пропаганди на період війни» (1 вересня 1939 р.) та директиви фюрера № 144/41 (6 червня 1941 р.) було створено апарат при Міністерстві народної освіти й пропаганди. Тоді ж, 20 червня 1941 р., сформовано спецвідділ «Вінета», що згодом отримав статус офіційного контролю над пропагандистський структурами на окупованому Сході.

Другий період (серпень 1941 – жовтень 1943 рр.) - активна фаза роботи в межах Райхскомісаріату «Україна»: створено розгалужену систему місцевих підрозділів, розгорнуто аналітичну, розвідувальну та інформаційну діяльність. Основними засобами стали радіо й преса, а до виконання завдань залучали частину місцевої інтелігенції; для пропагандистів відкрито школи у Вустрау та Дабендорфі.

Третій період (листопад 1943 – грудень 1944 рр.) - після евакуації апарату до Кенігсберга, діяльність «Вінети» тривала у вигнанні: проводили радіопропаганду з Берліна, створювали школи «Vineta-ROA», долучали колишніх радянських комісарів до інформаційної роботи.

Структурно апарат складався з Центрального управління Східного відділу, «Антикомінтерну» та спеціального відділу «Вінета» (Propagandadienst Ostraum e.V.). До 1943 р. організація мала адміністративний, технічний, аналітичний, пресовий, радіо-, перекладацький відділи тощо. На території РКУ діяли три філії з чітким поділом функцій: I – радіопропаганда, II – преса, III – агентурна робота, IV – спецоперації, V – переклади.

Цільова діяльність полягала у веденні радіо- й друкованої пропаганди, аналітичній розвідці, виявленні лояльних осіб та їх вербуванні. Робота мала ознаки спеціальної операційної діяльності - таємність методів, агентурний апарат, технічні засоби прослуховування, власні навчальні заклади. Усе це забезпечувало інформаційний контроль і формування бажаної громадської думки на окупованих територіях [49, с. 87-90].

На наступному етапі дослідження варто зосередитись на структурі та кадрах працівників відділу «VINETA». У цьому напрямку дослідження нам

допоможуть архівні матеріали опрацьовані дослідниками, які ґрунтовно проаналізували зазначене питання. Наукові розвідки В. Яшина та К. Долгорученко надають можливість зрозуміти особливості функціонування даного відділу.

Науковиця К. Долгорученко на основі документів стверджує, що структура спецвідділу «Vineta» на території Райхскомісаріату «Україна» мала типову, чітко вибудовану бюрократичну систему. На прикладі дніпропетровської філії можна простежити складну організаційну модель, що налічувала одинадцять відділів, покликаних забезпечити ефективність пропагандистської діяльності та взаємодію агентури з адміністративними структурами окупаційного режиму. Серед них - відділ кадрів (майор Штунде), відділ активної пропаганди (білоемігрант Маттефель), відділ радіопропаганди та прослуховування (Хельман, д-р Г. Хумпф), відділ матеріального забезпечення (Менке), технічний або канцелярський відділ (мешканець Дніпропетровська А. Соколов). Окремо діяли цензурний відділ преси, відділ театральної пропаганди, відділ координації націоналістичних груп (членів ОУН та РОА), а також представництва СД та 2-го відділу Абверу, відповідальні за безпеку й розвідувальну діяльність [50, с.122].

Періодом найбільшої активності та ефективності спецвідділу стали кінець 1942 початок 1944 рр., коли його очолював д-р Г. Хумпф. Саме тоді бюджет «Vineta» досяг 5 млн рейхсмарок, а штат складався приблизно з 400 німецьких співробітників і понад 1,5 тис. місцевих агентів, що свідчить про масштабність і ресурсну забезпеченість пропагандистської мережі [50].

Загальну характеристику структури відділу знаходимо у працях дослідника В. Яшина, який залучаючи архівні документи наводить приклади становлення та налагодження складної структури організації: Першим керівником пропагандистського відділу «Vineta» був Гайнріх Курц, однак уже наприкінці 1941 року його замінив доктор Теодор фон Радлов. Згодом посаду очолив д-р Ганс Гумпф (Hans Humpf), який у 1944 р. передав керівництво Герману Грайфе (Hermann Greife) - відомому німецькому історикові та дослідникові радянської тематики [98].

Справжнім натхненником і координатором роботи «Vineta» був д-р Ебергард Тауберт (Eberhard Taubert) - високопоставлений співробітник Міністерства народної освіти й пропаганди Третього рейху, близький до Йозефа Геббельса. У відомстві він відповідав за напрям «активної антиєврейської пропаганди» та вважається одним із головних авторів ідеологічно насиченого фільму «*Der Ewige Jude*» («Вічний жид»). У своїх виступах Тауберт характеризував євреїв як «підступний і руйнівний елемент серед людей», і ці тези широко використовувалися в пропагандистських матеріалах рейху [98].

Організаційна мережа спеціального відділу «Vineta» у Берліні займала кілька будівель, що розташовувалися в різних частинах міста. Згідно з архівними свідченнями опрацьованими істориком В. Яшиним, головний офіс містився на вулиці Вікторіаштрассе, 10, де було розміщено офіційну вивіску установи. Інші структурні підрозділи діяли за адресами Леонштрассе, 12, Інваліденштрассе, 36–37, Герберштрассе, Ангальтерштрассе та Мемгерштрассе, 19, де розміщувалися національні бюро та редакційні осередки [98].

Загальна чисельність апарату становила близько чотирьох тисяч співробітників, які працювали у дванадцяти відділах відповідно до напрямів діяльності. Лише берлінський головний осередок налічував приблизно тисячу працівників. Питання кадрового добору перебувало у віданні спеціального відділу, який із середини 1942 р. очолював Р. Хoenзее. Інший керівник, майор Гайнріх Штунде, відомий за післявоєнними свідченнями колишніх співробітників, приєднався до апарату дещо пізніше - у серпні 1942 р., обійнявши посаду керівника редакційного підрозділу активної пропаганди

Кадровий склад формувався переважно з осіб, які мали досвід роботи у сфері радянської агітації, журналістики чи педагогіки. Значну частину становили викладачі, науковці та колишні службовці радянських установ, яких вербували як серед мешканців окупованих територій, так і серед військовополонених, схильних до співпраці з окупаційною владою. Такий принцип комплектування дозволяв поєднати ідеологічну лояльність із професійною підготовкою, що було важливим для реалізації масштабних інформаційних операцій спецвідділу [98].

Розглянувши загальні положення, перейдемо до впливу пропагандистської діяльності даного відділу на окупаційне населення. Наше дослідження передбачає аналіз кадрового складу спецвідділу «Vineta» крізь призму їх біографій. В даному випадку, це дасть змогу висвітлити соціальний та ідеологічний профіль осіб, що в свою чергу дозволить виділити наслідки їхньої пропагандистської діяльності на окуповане населення та загалом свого власного життя, оскільки подібна робота вплинула на подальшу долю співробітників зазначеної організації.

Яскравим прикладом впливу системи нацистської пропаганди на життєвий шлях окремих українських інтелігентів можна простежити ось в цій біографії: одним із небагатьох відомих українців, залучених до роботи в інформаційних структурах «Vineta», був Сергій Домазар (справжнє ім'я - Сергій Федорович Давиденко, 1900–1987) - письменник, публіцист, колишній учасник Української Галицької армії. Після поразки визвольних змагань він тривалий час переховувався, працював у театральних і культурних колах Києва, зокрема у трупі Л. Курбаса. Перед війною викладав німецьку мову в Київському ветеринарному інституті.

Під час окупації співпрацював із місцевими газетами, а згодом був вивезений до Німеччини як остарбайтер. У Берліні оселився разом із родиною, де працював у друкарнях і співпрацював з українською пресою. Саме там, імовірно, й увійшов до кола співробітників Українського інформаційного бюро «Vineta», виконуючи обов'язки редактора та дорадника (1944 р.).

Після війни перебував у таборі для переміщених осіб у м. Ашаффенбург, а згодом емігрував до Австралії, де продовжив літературну діяльність, займався перекладами (зокрема творів Е. Гемінґвея) і громадською працею серед української діаспори. За свій внесок у національну справу був відзначений Хрестом Симона Петлюри (1977). Помер у м. Сідней, де й похований [99].

З наявної біографії можемо зрозуміти, що кадрова політика «Vineta» передбачала не тільки залучення власних спеціалістів пропагандистської діяльності. До співпраці активно залучалися також представники української

інтелігенції, яка могла власним досвідом позитивно вплинути на ефективність пропаганди на окупованих територіях. Домазар яскравий приклад тих митців, які пережили поразку у боротьбі з більшовиками за визволення України та шукали способу реалізуватися в умовах нового політичного режиму, щоб банально вижити. Тому можна назвати дане явище - «інтелектуальна колобарація». Ну і звичайно, біографія дозволяє простежити механізм пропаганди у вигляді використання українських інтелектуалів з метою адаптації ідеологічних меседжів до українського культурного простору, що значно посилювало ефект дії пропаганди.

Наступна біографія підтверджує вищезазначені твердження та доповнює новими аспектами організації кадрового набору «Vineta»: серед українських науковців, залучених до роботи у спецвідділі «Vineta», вирізняється постать Павла Семеновича Глядківського (1896–1979) історика й етнографа, учня М. Грушевського, колишнього співробітника Історичної секції ВУАН. Після розгрому «школи Грушевського» 1933 р. його звільнили з академічних посад і заборонили займатися наукою, тож до війни він працював учителем у Києві.

В роки окупації Глядківський редагував навчальні матеріали у видавництві «Шкільний підручник», а 1943 р. разом із родиною виїхав до Німеччини. Саме тоді він увійшов до складу інформаційно-пропагандистського апарату «Vineta», де обіймав посаду перекладача (з грудня 1943 р.) та співпрацював з культурним відділом. Його фахова підготовка, знання мов і досвід редагування робили його цінним кадром для апарату, який прагнув створювати україномовні матеріали для впливу на населення окупованих територій.

У документах опрацьованими В. Яшиним фіксується, що він прибув до Берліна в складі «київського артистичного колективу» - імовірно, цей статус використовувався як прикриття для евакуації співробітників, пов'язаних із пропагандою. Його дружина Ірина працювала медсестрою у медичній частині «Vineta», що свідчить про розгалуженість внутрішньої структури відділу.

Після поразки Німеччини Глядківський повернувся до СРСР, де був заарештований (1949 р.), засуджений до десяти років таборів і реабілітований у 1954 р. [99].

Можемо з вами простежити вмілий підхід нацистських пропагандистів використовувати особисті трагедії радянських науковців з метою їх залучення до формування антирадянської інформаційної кампанії. Також доволі сильно простежується думка, що для багатьох діячів подібної діяльності, як у Гладковського з'являлася можливість знову реалізуватися та застосувати свої знання. Тобто спецвідділ «Vineta» виступав певним інтелектуальним притулком - де можна було знову займатися улюбленою інтелектуальною або творчою діяльністю.

У цьому контексті варто звернути увагу на долю професорів, які опинилися у структурі «Vineta». Серед подібних інтелектуалів вирізняється постать професора Івана Крип'якевича - одного з найавторитетніших істориків грушевської школи, дослідника історії Русі та визвольних змагань. Архівні матеріали свідчать, що він був дорадником українського інформаційного бюро «Vineta» у 1944 році, входячи до групи з двадцяти п'яти консультантів, серед яких налічувалося десять професорів.

Зв'язок Крип'якевича з «Vineta» став відомий радянським спецслужбам ще у 1945 році, що, разом із його академічним минулим у ВУАН, членством у НТШ та контактами з Українським центральним комітетом В. Кубійовича, спричинило подальші переслідування з боку радянської влади. Попри це, після війни він не емігрував і продовжив працювати у радянських наукових установах, зрештою очоливши Інститут суспільних наук АН УРСР.

Проте ця наукова кар'єра мала свою ціну: у 1959 р. Крип'якевич був змушений опублікувати «каяття» й дистанціюватися від частини своїх попередніх праць [99].

Біографія відомого історика, демонструє, що «Vineta» прагнула мати у своєму розпорядженні кваліфікованих науковців, що в свою чергу могли вплинути на якість створеної пропагандистської продукції. Зокрема, це

стосувалося і професорів, які були пов'язані з історичною наукою, оскільки це надавало можливість сформулювати власну інтерпретацію минулого з фаховим підходом. Також можна зробити певне припущення, що для багатьох професорів це була можливість зберегти наукову діяльність, яка приносила їм гроші. Наслідки у вигляді переслідувань, вигнання та засудженням своїх попередніх праць яскраво показує, як нацистська пропаганда вплинула на подальшу долю співробітників.

Не можна оминути біографії українських націоналістів у спецвідділі «Vineta» Очільник і творець спецвідділу «Vineta», доктор Ебергард Тауберт, розглядав падіння більшовизму як передумову створення в Східній Європі системи підконтрольних Райху держав, серед яких важливе місце мала посісти «керована» Україна. У своїх концепціях Тауберт і його партійний колега Альфред Розенберг припускали можливість «пробудження історичної свідомості українців» і навіть формування формально незалежної державності - однак виключно в інтересах німецького Lebensraum [100].

Між 1941 і 1944 роками структури ОУН і «Vineta» певний час перетиналися в інформаційному просторі окупованої України. Частина україномовних видань, що виходили під контролем німецької адміністрації, формально підпорядковувалися Східному відділу Міністерства пропаганди, але фактично використовувалися українськими журналістами та членами ОУН для поширення ідей культурного відродження та національного самоствердження.

Як зазначає дослідник В. Яшин: «З 1944 р. прагматичний Тауберт, усе далі відходячи від націонал-соціалізму, звертає увагу на УПА, якій він надає допомогу амуніцією, харчами та зброєю. Зрозуміло, це він робив не сам і не власними силами, але його була агентура. Пізніше саме пропагандистським структурам УПА та ОУН Е. Таубертом було довірено організацію мовлення нового вінетівського радіопередавача «Вісла» і, хоча був варіант і певна вимога віддати його російським пропагандистам Власова, Тауберт все ж обрав українців» [100, с.30].

З огляду на зазначену інформацію можемо стверджувати, що пошук контактів з українським визвольним рухом активно почався. Тому важливо охарактеризувати діяльність українських націоналістів та їх впливу на функціонування відділу «Vineta».

Однією з показових постатей української інтелігенції, залученої до співпраці з «Vineta», був Юрій Бойко-Блохін - мовознавець, літературознавець, член ОУН(М) з 1941 р. та дорадник українського інформаційного бюро «Vineta» у 1944 р.

Ще під час окупації Харкова він долучився до журналістської діяльності в газеті «Нова Україна», яку, попри формальну приватність, куриували структури «Vineta». Це видання стало однією з провідних платформ української культурної та політичної думки, де Бойко публікував статті під псевдонімом *Павленко*. Попри жорстку цензуру, газета підтримувала ідеї національного відродження та державності, що згодом стало однією з причин переслідування її редакторів.

У 1943 р. Бойко, уникаючи арешту, переїхав до Львова, а згодом - до Відня, де очолив терен ОУН на території Райху. Саме тут розпочалася його співпраця з «Vineta», де він виступав консультантом-радником, відповідаючи за журналістсько-інформаційний напрям. Цікаво, що його діяльність мала подвійний характер: для «Vineta» він залишався фахівцем-журналістом, тоді як для ОУН - представником підпільної організації під псевдонімом Миколаєвець.

Як засвідчують архівні документи, Юрій Бойко водночас координував побут і діяльність членів ОУН у Відні, допомагаючи їм із житлом і продовольчими картками [100].

Отже, наявна біографія вказує на очевидний перетин двох структур: пропагандистського Райху та інформаційного осередку ОУН. Можемо зробити припущення, що для представників підпільної організації ОУН це була можливість використати доступ до друкованих видань у власних цілях, а саме: поширення визвольних ідей не дивлячись на складну окупаційну систему. Тобто, це виглядало, як певний саботаж, оскільки начебто подібна діяльність була продиктована нацистськими пропагандистами, але водночас українські

журналісти взаємопов'язані з підпільними організаціями діяли проти ідеологічних намірів нацистів.

Наступною цікавою особистістю виступає Євген Вировий (1889–1945) - освітянин, видавець, філателіст і діяч українського еміграційного руху, - належить до тієї категорії інтелектуалів, яких нацистська пропагандистська структура «Vineta» прагнула залучити задля посилення власної легітимності в очах українського середовища. Відомий як секретар і радник гетьмана П. Скоропадського, організатор видавничих і культурно-просвітницьких проєктів у Празі, Вировий мав широку європейську мережу контактів серед українських і зарубіжних гуманітаріїв, що робило його цінним кадром для пропагандистських інституцій Райху.

У міжвоєнний період Вировий став одним із найвідоміших видавців української книги за кордоном, заснував Українське товариство прихильників книги, співпрацював із Українською господарською академією та входив до редколегії «Української загальної енциклопедії». Його активність у сфері культури поєднувалася з контактами в політичних колах — ще у 1930-х рр. він був представником ПУН у Празі, що підтверджується радянськими агентурними звітами.

Для «Vineta» Є. Вировий становив інтерес насамперед як видавець і посередник у комунікації з українською діаспорою. Його ім'я зафіксоване в телефонному довіднику відділу, що свідчить про офіційне залучення до структури спецслужби пропаганди. Сам Тауберт, за спогадами сучасників, цінував Вирового як людину, здатну поєднати професійні знання з широкими зв'язками в українському культурному світі [100].

Євген Вировий характеризується цінним співробітником, адже відіграв роль «культурного посередника». Діяч українського еміграційного руху користувався своїм становищем не з ідеологічних міркувань, а задля збереження українського видавничого простору. Авторитет вирового та його численні знайомства з українською діаспорою та політичними колами для німецької пропаганди були надто важливими. Тому можемо зробити висновок, що така

співпраця пропагандистам була дуже вигідна, оскільки це надавало можливість надати своїй діяльності «українського обличчя» й легітимізувати її серед інтелігенції.

Серед численних біографій для нашого дослідження нам здалася цікавою саме Дмитра Андрієвського (1889–1976) - інженера, дипломата, члена ПУН, один із засновників Організації українських націоналістів, належав до найближчого кола Є. Коновальця та А. Мельника. Після поразки визвольних змагань він залишився в Європі, мешкав у Бельгії, де активно розвивав політичну, громадську та культурну діяльність української еміграції.

У 1930-х рр. Андрієвський очолював експозитуру ОУН у Брюсселі та Українську національну раду в Бельгії, виступав за створення європейської федерації українських організацій за кордоном. Його культурна активність охоплювала також участь у виставкових і наукових проєктах: разом із В. Кубійовичем і Р. Лісовським він організував виставку української графіки, картографії та статистики в Інституті Східної Європи (1938), спрямовану на популяризацію української культури в Європі.

З початком Другої світової війни Андрієвський став важливою фігурою у комунікації між «Vineta» та Українським центральним комітетом В. Кубійовича. У телефонному довіднику відділу він зазначений як «Інж. Дмитро Андрієвський» із берлінським номером, що підтверджує його формальний зв'язок із пропагандистським апаратом. Ймовірно, його функції полягали у забезпеченні контактів між українськими націоналістичними осередками та німецькими структурами інформаційної політики.

Попри це, Андрієвський не поділяв нацистської ідеології й неодноразово висловлював незгоду з німецькою політикою щодо України. Він намагався використовувати свої зв'язки для встановлення контактів ПУН зі США та іншими державами, які могли б підтримати українські визвольні прагнення. У 1944 р. він був заарештований гестапо та ув'язнений у концтаборі Заксенгаузен, де перебував до осені того ж року. Після війни продовжив політичну діяльність

в еміграції, очолював референтуру зовнішніх зв'язків ОУН, мешкав у Канаді та ФРН.

З даної біографії, можемо побачити, яскравий приклад суперечливості української участі в німецькій пропагандистській системі, адже Дмитро Андрієвський відкрито критикував нацистів та їхню політику щодо України. Як вже неодноразово було показано, дана робота була тактичним співробітництвом задля виживання та поширення українських ідей за допомогою німецьких структур. Його затримання та подальший арешт показує нам, що залучення високопрофесійних політиків, звичайно, позитивно вплинуло на якість пропагандистської діяльності, але водночас подібні діячі на відмінно від технічних фахівців чи перекладачів мислили категоріями національної автономії. У подальшому це вплинуло на те, що такі кадри стали небезпечними для системи.

Отже, спецвідділ «Vineta» - ядро східної пропаганди Райху, що діяло у Берліні та мало свої філії у Райхскомісаріаті «Україна». Основні канали впливу: радіо, преса, візуальна агітація, підкріплені цензурою та аналітикою. Кадрова політика передбачала залучення українських інтелектуалів, технічних фахівців та перекладачів. Це підвищувало легітимність та ефективність нацистських меседжів. Біографічні довідки показують тактичну співпрацю заради виживання або реалізації своїх творчих або наукових можливостей.

2.3. Періодична преса та плакатна графіка як інструменти нацистської пропаганди в Райхскомісаріаті «Україна»

Періодична преса, як один найдієвіших механізмів ведення пропаганди займала чільне місце в пропагандистській системі нацистської Німеччини. особливо яскраво це простежувалося на окупованих територіях, зокрема Райхскомісаріат «Україна» не став виключенням.

У межах німецької системи військової пропаганди під час Другої світової війни видання друкованої преси належало до напрямів так званої «активної пропаганди». Її здійснювали спеціальні підрозділи, прикріплені до кожної з

армійських груп, що діяли на фронті («Північ», «Центр», «Південь»). Ці структури мали назву відділів пропаганди (Propaganda-Abteilungen) і включали кілька рот пропаганди (Propaganda-Kompanien). Зокрема, групу армій «Південь» забезпечував батальйон «U» (Propaganda-Abteilung U), що складався з кількох штабів — від U1 до U6.

Типова рота пропаганди налічувала близько 115 осіб і могла діяти як цілісним підрозділом, так і малими мобільними групами або індивідуально — залежно від ситуації на фронті. Такі формування виконували завдання як у межах Вермахту, так і на окупованих територіях, проводячи психологічну обробку військовослужбовців противника та місцевого населення. Станом на 1943 рік війська пропаганди становили окрему структурну ланку Вермахту, чисельність якої оцінювалася приблизно у 15 тисяч осіб [94].

Основним завданням окупаційної періодики, як і інших складових системи нацистської пропаганди, було утвердження ідеї «визволення народів СРСР від більшовизму». Саме боротьба з радянським політичним режимом подавалася як головна місія німецької армії на Сході. При цьому особливу увагу приділяли дискредитації євреїв, яких у пропагандистських матеріалах системно ототожнювали з більшовиками, формуючи образ спільного ворога. Наприкінці 1941 року в директиві рейхсміністра окупованих східних територій Альфреда Розенберга, що визначала загальні принципи запровадження «нового порядку» на завойованих землях, зазначалося, що питання створення і діяльності місцевої преси мають вирішуватися виключно через відомство рейхсміністра, за погодженням із відповідними рейхскомісаріатами. У документі підкреслювалося, що кількість газет повинна бути обмеженою — настільки, наскільки це необхідно для підтримки «інформаційної дисципліни» серед населення. Водночас дозволялося засновувати лише ті видання, редактори й видавці яких вважалися «політично надійними». У кожному випадку мали бути забезпечені належні умови для здійснення цензури німецькими органами контролю [81].

Головними організаторами газетно-видавничої діяльності на початковому етапі стали підрозділи військової пропаганди вермахту, міські та польові комендатури, а також штаби окремих військових частин. Саме вони контролювали створення і функціонування місцевих друкованих органів, спираючись на підпорядковані їм цивільні управи, які виконували роль формальних органів самоврядування.

Паралельно певну ініціативу у започаткуванні газет проявляли місцеві діячі, що протистояли більшовицькому режиму, зокрема члени похідних груп Організації українських націоналістів. Саме вони намагалися використати нову ситуацію для поширення національної ідеї та відновлення інформаційного простору українською мовою [94].

У нашому дослідженні було вирішено комплексно дослідити ідеологічні меседжі окупаційної преси. Тому аналіз змісту періодичних видань буде стосуватися таких інформаційно-пропагандистських напрямів: антибільшовицький, поєднання більшовизму з «єврейським питанням», антисемітський, «новий порядок» та аграрні обіцянки, мобілізаційні кампанії.

Перший напрямок можна простежити на прикладі газети «Визволена Україна», яка виходила у Чуднові у 1941–1943 рр. двічі на тиждень. Антибільшовицькі заголовки стали постійним явищем в кожному номері газети. Наприклад:, № 79 (29.11.1942) «Біля Майкопа цілковито знищено большевицькі банди» [2], № 2 (25.02.1943) «Большевизм буде знищений» [1], № 3, (28.02.1943) «Як «пikлувались» большевики про українське селянство» [33], № 5 (07.03.1943) «Лише німецькі армії можуть перемогти большевизм» [13]. Також, доцільно навести приклади заголовків з інших газет. Зокрема, газета «Нове українське слово» містить велику кількість заголовків присвячених критиці комуністичного режиму: №86 (11.04.1943), «Червоний терор» [32]. Дана стаття публікувалася на протязі 5 випусків газети, що засвідчує важливість висвітлення даного питання. Серед газет також можна виділити «Вінницькі вісті» в якій можна було знайти такі заголовки: №6, (12.09.1941) «Робітники не любили більшовиків» [26], № 7 (14.09.1941) «Сталін живе в підземному замку» [29], №27 (06.11.1941)

«Більшовицьке закріпачення селян в ХХ ст.» [1], №40 (21.12.1941) «Єдина релігія, яку більшовики визнавали» [7], №6 (22.01.1942) «Справжня біографія Сталіна» [28], №16 (26.02.1942) «Правда супроти совєцької брехні» [22]. Як можна зрозуміти більшість заголовків були направлені на висвітлення, попередніх життєвих умов селян та робітників, що показати суттєву різниця між більшовицькою владою та німецькою, не забуваючи про критику перших.

Серед газет наповненим змістом антибільшовицького напрямку відділяється «Голос Полтавщини». На прикладі даного видання, можна простежити збільшення статей пов'язаних з критикою більшовиків спостерігається під час зміни ситуації на німецько-радянському фронті. Загалом, така тенденція присутня у більшості періодичних видань, проте важливо виокремити і цей аспект. Наприклад, №229 (04.06.1943) «Душогубний режим у Союзькому Союзі» [6], №235 (11.06.1943) «Смоленські документи підтверджують совєтські вбивства» [27], №237 (13.06.1943) «Молодь проти більшовизму» [15]. Коли стало зрозуміло, що війна буде мати затяжний характер, для нацистської адміністрації вкрай стало важливо висвітлювати все більше подібних меседжів, щоб формувати негативний образ більшовиків.

На шпальтах газети «Вінницькі вісті» можна знайти статті дискредитації марксистської ідеології №36 (06.05.1943) «Фальшива теорія та страшна дійсність» [31]. Зазначена тема публікувалася декілька разів у різних виданнях. Зокрема там вказується, що: «Подані вище цитати виразно, без пояснень і найкраще доводять, якою суцільною вигадкою, якою фантастикою є всі твердження непомильної «науки Леніна-Сталіна». За «пророцтвами» тих фантастів ця війна мала бути війною «капіталістів світу проти совєтської пролетарської держави», а в дійсності є війною блоку капіталістів, плутократів та совєтської держави проти народів Європи, для котрих найбільшим капіталом є праця. За для розгортання світової революції — раптом озброюють... найбільш мільярдерів світу, а згідно з запевненнями совєтських пророків саме вони мали бути ворогами цього «вогнища революції» [36].

Щодо функціонування даної газети дослідники І. Ковальов та А. Войнаровський зазначають, що практично кожен випуск окупаційної періодики містив матеріали, спрямовані проти радянського режиму та єврейського населення. Автори публікацій послідовно виконували ідеологічні завдання окупаційної адміністрації, у своїх текстах ототожнюючи більшовизм із «єврейством» як спільним ворогом. Особливе місце займали сатиричні замітки та анекдоти, що мали на меті висміяти радянських лідерів і дискредитувати радянську владу в очах населення [40, с.141].

Характерним прикладом є анекдоти про Й. Сталіна, у яких підкреслювалися злидні та абсурдність радянської дійсності: «Хто більший? Двоє москвичів сперечаються, хто більший – Сталін чи Гувер. Один каже: Гувер, бо відучив американців пити. Інший відповідає: ні, Сталін – бо відучив народ їсти»; або «Сталін скаржиться Калініну, що в шафі завелися миші. Той радить написати: «Колгосп імені Сталіна» – тоді вони самі розбіжаться» [40].

Наступний напрям, який можна простежити на шпальтах окупаційних газет - антисемітський. У цьому контексті з'являється можливість простежити поєднання зазначеного напрямку з антибільшовицьким. Нацистська пропаганда намагалася будь-яким чином пов'язати тодішніх лідерів комуністичної партії та ідеологів з ворогами номер один тодішнього режиму - євреями. Така тенденція помітна на прикладі газети «Волинь», яка виходила впродовж всієї окупації.

Одна з антисемітсько-спрямованих статей має ґрунтовну структуру, оскільки поєднує в собі декілька напрямків, які дозволили максимально маніпулювати українським населенням. Маємо на увазі статтю, яка міститься у виданні під №19 (27.11.1941) «Жиди та боротьба за волю України» [9]. Зазначена тема висвітлюється одразу під кутом поєднання антисемітизму з більшовиками та наголошує на вільній та самостійній Україні, що в свою чергу повинно було сприяти прихильності українців до новоствореної німецької влади. Зазначається: «Усі ще добре пам'ятають ті роки війни в Україні, коли жидівський наїзд змушував братів-українців убивати себе взаємно, і вся земля українська обливалася кров'ю своїх синів. Жиди не йшли до національної української армії.

Зате їх було багато у генерала Денікіна та особливо у червоній армії, яка мала навіть окремі жидівські частини. Найбільше було, та ще досі є, жидів на посадах “політробів”, “політруків” та всяких інших большевицьких “заправляків”». У цьому фрагменті також знаходимо наратив, що радянська влада є продуктом єврейського впливу [9].

Наступна стаття показує виключно антиєврейську складову нацистської пропаганди: №43 (06.06.1943) «Новий жидівський скандал у Південній Америці» [19]. Нерідко у газетах відтворювався образ нібито єврейської змови, яка керує в тому числі західним світом. Звичайно, нацисти не могли оминати антиамериканської риторики - тому вміло поєднали дві складові та створили потрібний їм ефект. У підтвердження цього наведемо фрагмент: «Південна Америка все виразніше відчуває, що значить запродатися Вашингтонові та його жидівським посіпакам» [19]

Останню статтю з даного часопису обраного напрямку можна назвати: №66 (26.09.1943) «Жидівські масові вбивства в історії» [11]. Тема висвітлюється в контексті історії та релігії. Наводяться численні приклади з старого Заповіту, звичайно, в інтерпретації нацистів: «Жидівство ще в тисячоліттях свого існування завжди і всюди, проводило свою людську брутальність. Ми, хоча коротко, наведемо тут найголовніше: Перечитуючи Старий Завіт, книгу Ісуса Навина, ми і там знаходимо рядки повні жаху, про те як жидівська інвазія в краю Ханаан в обітованому краю вчинила „безмірну різню серед осілого населення. Там знищено вістрям меча все життя, чоловіків, жінок, і молодих, старих, людей і звірят». Не обійшлося без більшовиків та впливу євреїв: «Хто не пам'ятає мерзенної бісовщини, якою жидівсько-большевицькі орди вбивали тисячі румунів в Бесарабії. Хто ж не пам'ятає жертв у Львові, Луцьку. Або мерзоти в балтійських державах?» [11]. Стаття повинна була максимально сильно вплинути на окуповане населення, щоб легітимізувати дії нацистів та знайти підтримку серед місцевого населення на нібито «історичну відплату» проти єврейського народу [11].

Подібні статті можна знайти у великій кількості періодики того часу. Для підтвердження нашої тези наведемо ще декілька заголовків подібної тематики: «Волинь» №80 (14.10.1943) «Жидівська спроба опанувати світ» [10], Вісті для українських селян №23 (16.08.1941) «Жи́ди – механізм більшовизму» [8], Костопільські вісті № 17 (91). (05.05.1943) «Прокинулись усі лихі інстинкти... Большевизм жидівське явище» [24].

Щодо впливу антисемітської пропаганди на окуповане населення нам повідомляє дослідник Р. Михальчук: «В містах України органи НКВС УРСР стали фіксувати антисемітські прояви, причини яких вбачались у пропаганді під час окупації. Наприклад, з доповідної записки УНКВС по Рівненській обл. в березні 1946 р. відомо про антисемітські налаштування деяких мешканців краю. Зокрема, невдоволення бідністю країни один з них пояснював законами Радянської влади і «жидівсько-радянської влади» [63].

К. Курилишин у своїй монографії наводить важливі відомості: на території Райхскомісаріату Україна: у пресі, що виходила тут, переважали публікації повідомлень про фактичну страту людей, мотивовану наведенням порядку в умовах воєнного часу, а не якимись попереджувальними заборонами [56, с. 113-114].

Наприклад, у першому числі житомирського часопису «Українське слово» німецький генерал повідомляв, що 19 липня 1941 р. у Житомирі за навмисний підпал будинків було розстріляно 100 євреїв. І тільки наступне речення формулювало попередження: «У випадку дальших підпалів поступимо ще суворіше, а крім того ще один населений пункт, віддалений на 100 м від місця пожеги, буде заарештований як підозрілий у співучасті [56, с. 113-114]

Важливого значення в процесі поширення пропаганди на окупованих територіях займало аграрне питання, оскільки прийдешня нова окупаційна влада хотіла показати всі недоліки колгоспної системи Радянського Союзу. Статті подібного змісту були орієнтовані на селянина, адже земельне питання поставало дуже гостро. Нацистська адміністрація хотіла переконати селян, що їх відносини з ними будуть значно відрізнятися від тих, які застосували більшовики. Таку

політика по відношенню до селян пояснюється важливістю їхньої праці в умовах війни.

Одне з періодичних видань у яких детально можна простежити пропагандистські меседжі, щодо селянства можна назвати «Вісті для Українських селян». Газета видавалася в столиці Райхскомісаріату Україна - Рівному протягом 1943–1944 рр. двічі на місяць. Газета містить величезну кількість статей пов'язаних з новими умовами землекористування. Це можна простежити у таких заголовках: №2 (08.07.1942) «Початок одноосібного господарювання землею» [21], № 4 (20.08.1942) «Новий земельний лад виконується також на схід від Дніпра» [19], №6 (27.09.1942) «Пів року нового земельного ладу в Україні» [20], №16 (15.04.1943) «Сталін знову запровадив колгоспи» [30] (наводиться позитивні відмінності запровадженні німцями), №20 (15.06.1943) «Декларація уряду про приватну власність селян на землю...» [5].

На шпальтах окупаційних газет можна знайти доволі поширену статтю «Райхскомісар України Еріх Кох до українських селян» [25]. Розглянемо на прикладі публікації її у газеті під №31 (24.04.1942) «Нова Шепетівщина» [25]. У статті вказується, що: «Селяни! Через новий земельний лад створено основи для нової відбудови сільського господарства. Колгоспну систему усунено і кожний роботящий селянин має тепер змогу отримати земельний наділ та одноосібно працювати на ньому» [25]. Під час висвітлення нової аграрної реформи часто можна було помітити згадку колгоспів негативному відношенні. Також у тексті ми помічаємо більш складний пропагандистський наратив. Маємо на увазі, що простежується стимулювання селян до лояльності через економічні обіцянки, а саме: земля, робота та стабільність. Важливо зазначити, що навіть опосередкована згадка колгоспів мала важливе значення, оскільки це пряме звертання до соціальної пам'яті селян.

У зазначеній статті знаходимо цікавий фрагмент: «Але хто на основі набору німецькою владою одержить на якийсь час працю в інших - областях України або навіть Райху, той не має чого лякатись, що він через це втратить дома право на наділ землею. Навпаки, робітники, які підуть за закликом

німецьких урядів працювати до Великої Німеччини або в інші області України, матимуть перевагу» [25]. Історикиня Н. Глущенко наголошує, що надання землі у приватну власність ставилося у пряму залежність від виконання поставок робочої сили до Рейху [45]. Також дослідниця зазначає, що для підтримання позитивних настроїв серед населення окупованих регіонів нацистська адміністрація активно використовувала пресу як засіб морально-психологічного впливу. На сторінках місцевих газет систематично з'являлися повідомлення про нібито високі врожаї, успіхи сільського господарства, сумлінну працю українських селян і розвиток «нового» культурного життя на селі. Особливу увагу приділяли демонстрації турботи про підвищення професійного рівня селян - зокрема, створенню шкіл і курсів аграрного спрямування. Так, у Боярці на Київщині відкрили сільськогосподарську школу, у якій навчання поєднувало теоретичні знання з практичною працею, а завершення курсу передбачало складання кваліфікаційного іспиту [45, с.78].

Зміна ситуації на фронтах та провал блискавичної війни змусив Німеччину налагодити агітаційно-пропагандистську діяльність з вербуванням населення з окупованих територій. Для поширення таких меседжів звичайно використовувалась преса.

На шпальтах газет, як правило виокремлювалися такі напрямки подання інформації щодо пошуку робітників: матеріали офіційного характеру, пропагандистські тексти, епістолярні матеріали. Розглянемо кожен напрямок на прикладі трьох газет, щоб засвідчити схожість пропагандистських практик на різних територіях: «Горохівські вісті» (Луцьк), «Дзвін» (Кривий ріг), «Дзвін волі» (Біла Церква).

Наприклад, у «Горохівських вістях» № 11 (15.05.1943) знаходимо статтю «Відозва про обов'язкову працю української молоді року народження 1923-25» [4]. Дана стаття розгорнуто показувала, що населення зазначеного віку не оминє обов'язкової праці: «Тому в Німеччині введено обов'язкову працю, щоб німецьку молодь виховати до такої свідомості і спільноти народу. Треба утворити таку спільність працівників розуму й робочої руки, які почували б себе

членами одного суспільства і любили один одного та не ставилися б з презирством один до одного. Тому кожна молода людина, байдуже якого вона походження, повинна виконати завдання і працювати зі знаряддям у руці» [4]. Вся стаття пронизана хибними уявленнями про до цивілізоване «європейське майбутнє». Міф про «нову Європу» виступає центральним меседжем, оскільки для створення гарного нового світу потрібно акумулювати сили та об'єднатися, під об'єднанням малося на увазі працю на Третій Райх. Для мотивації населення використовувався навіть релігійний фактор: «Праця вже не прокляття, яке лежить тягарем на людині, але доручення Бога, яким окрема людина признає життєву спільність свого народу» [4]. Звертання до Бога у своїх текстах пропаганда використовувала, як протиставлення минулої атеїстичної риторики більшовиків, адже це була можливість отримати прихильність через тему, яка відігравала величезну роль у суспільстві.

Пропагандистські тексти в окупаційній пресі з приводу праці Німеччині можна знайти у безліч періодичних видань. Для прикладу можна назвати статтю, яку опублікували декілька разів у різних номерах газет: №257 (16.09.1943) «Німеччина Вас кличе» газета «Дзвін» (Кривий Ріг) [17]. Текст статті пронизаний обіцянками професійного навчання та любові до батьківщини. У схожих статтях доволі часто можна знайти апеляцію до рідної землі. За допомогою таких текстів відбувалася мінімізація опору розлуці, що це начебто тимчасова жертва, яка принесе світле майбутнє тим людям, які допомогли відбудувати країну. Зокрема, вказується: «Ми знаємо, як нелегко вам покидати вашу чарівну батьківщину — широку родючу рівнину на берегах багатоводного Дніпра. Ми добре розуміємо, що значить для людини рідна земля, адже й самі перебуваємо у схожому становищі: ми також залишили свою домівку й прибули до вас, щоб допомогти у розбудові кращого майбутнього. Пам'ятайте завжди: будь-яка ваша праця, навіть виконувана на чужині, є працею для вашої власної країни і вашого народу» [17].

Яскравим прикладом епістолярних матеріалів можуть слугувати листи робітників з Німеччини. Подібних статті зустрічаються в кожному окупаційному

виданні. Розглянемо на прикладі даного листа, який публікувався декілька разів: №105 (22.06.1942) «Знову поїду до Німеччини» [12]. Нацистська пропаганда конструювала образ щасливого остарбайтера, який працює в ідеальних умовах та не має ніяких проблем. Звичайно ці твердження суперечать реальній ситуації умов праці. Знаходимо численні міфи про побут та медичне забезпечення: «Але за 4 місяці, які я пробув у Німеччині, я жодного дня не почувався голодним. Більше того — перехворівши на тяжку форму малярії, з якою я боровся кілька років, я повернувся додому на 5 кг важчим». В наступному абзаці: «Ідеальна чистота, чудовий догляд, смачне харчування (тут немає норм — їж скільки хочеш)» [12]. Реальні умови представляли собою: переповнені та антисанітарні бараки, недоїдання; дискримінація та фізичні покарання, карантинні табори та відсутність належного медичного догляду. Фінальний пропагандистський меседж був вкрай важливий: «Одна думка мене не залишає: одужаю — і знову поїду до Німеччини». Це речення повинно було сформувати мотивацію подальших відправок молоді.

Отже, періодична преса в Райхскомісаріаті «Україна» стала одним із головних інструментів нацистської пропаганди, що поєднувала централізований контроль із використанням місцевих кадрів. На її шпальтах системно формувалися образи «визволення від більшовизму», «єврейсько-більшовицького ворога», рекламувались аграрні «переваги» нового порядку та кампанії з вивезення робочої сили до Райху.

Плакатна графіка виступала дієвим інструментом у поширенні нацистських меседжів, особливо сильно це спостерігалось у сільській місцевості, адже не у всіх селян була можливість читати пресу. Пропаганда через плакати мала ідентичні напрямки, а саме: антибільшовицький, антиєврейський, маніпуляції «земельним питанням», виїжджання на роботи до Німеччини.

Були обрані різні за тематикою плакати, щоб комплексно розглянути основні пропагандистські механізми під час створення зазначеної продукції. Антибільшовицький напрямок, як правило повинен був поєднуватись з антиєврейською продукцією, щоб підкреслити серед окупованого населення, що

їхні минулі кривдники тісно пов'язані з євреями. Даний метод повинен був сформулювати не тільки негативне ставлення до минулої влади, а й зробити з євреїв винуватців всіх бід у світі, у тому числі і для українців.

Один із плакатів відображає зазначені особливості: «Жид – це ваш вічний ворог! Сталін та жида - це банда злочинців (Додаток А). Плакат поєднує антисемітизм та антибільшовизм. Текст на плакаті прямо пов'язує євреїв зі Сталіним і більшовицьким режимом: «Сталін та жида – це банда злочинців!» Нацисти застосували декілька прийомів, які простежувались в схожих плакатах подібної тематики: «вічний ворог» з яким не можливий компроміс - тільки знищення, радянські злочини на пряму пов'язані з «єврейськими елементами», це мало виправдати Голокост і насильство проти євреїв на окупованих територіях. Звичайно, дегуманізація у створенні карикатурного зображення потрібна була, щоб позбавити ворога індивідуальності.

Наступний плакат схожий за змістовим наповненням але має ряд особливостей: «22 червня 1941 року почалося визволення з-під советського терору. Усі сили на повалення більшовизму» (Додаток Б). Плакат формує уявлення, що напад Німеччина це не акт агресії, а визволення території України від більшовиків, які кривдили українців. Такі меседжі повинні були вплинути на українське населення та надати стимул підтримати боротьбу. Також на плакаті окреме значення відіграють фотографії окупованого населення разом з німецькими солдатами, безумовно всі вони були позитивного характеру.

Нацистська пропаганда доволі часто використовувала злочини радянського режиму на свою користь. Один із таких плакатів був: «Вінниця. Не забувай того, що було!» (Додаток В). Плакат використовує тему радянських масових розстрілів у Вінниці. Такі апеляції до травматичної пам'яті потрібні були довести злочинність більшовиків та збільшити прихильність до нової влади. Зображення містило ряд фотографій, які повинні були наочно продемонструвати злочинні заходи здійснені більшовиками. Також використовувалась кров, як візуальна метафора «комуністичного терору».

Окремі плакати повинні були відображати непереможність німецької армії та абсолютну жалюгідність її противників. Зокрема, яскравим прикладом виступає карикатура «Auf nach Berlin! Вперед до Берліну!» (Додаток Г). Знущальна карикатура показує Сталіна, що патетично вказує напрям на Берлін, а внизу - жалюгідний «візок» із радянськими солдатами, озброєними абияк, у комічних позах. Над ними летять німецькі літаки. Подібні плакати повинні були виконувати важливе завдання пов'язане з формуванням відчуття неминучої поразки СРСР.

У нашій роботі ми вже наголошували, якого значення надавала нацистська влада на окупованих територіях аграрному питанню. Плакати не стали виключенням, тому маніпуляції протиставлення своєї системи вільного землеволодіння з колгоспною системою використовувались з такою самою інтенсивністю, як і інформація у пресі. Підходящим плакатом для аналізу у даній площині можна назвати: «Кінець колгоспній системі! Кожному роботящому селянинові – своя земля!» (Додаток Д). Гра на реальній травмі селян від колективізації повинна була позитивно вплинути на прихильність селян, що в свою чергу дозволило німцям без опору заволодіти селянами у парадигмі своєї системи землеволодіння, яка передбачала контроль над урожаєм та примусові поставки продукції. Композиція була красномовною: справа - ідеалізований український селянин із лопатою на тлі поля. Зліва - дві панелі: натовп принижених колгоспників у тисняві, та сцена, де німецький солдат і український селянин витискають більшовицьких «комісарів».

Мобілізаційна кампанія Третього Рейху йшла повних ходом та потребувала негайних результатів, З огляду на це, плакатна графіка повинна була стати ще одним інструментом у досягненні зазначеної мети. Серед багатьох плакатів даної тематики виокремлюється: «Українці в Німеччині» (з листами остарбайтерів). (Додаток Е). Довгі, великі тексти листів - головний елемент композиції. Навколо фотографії побуту: чисті гуртожитки, лікарні, їдальні, спортивні заняття, культурні заходи. Нацистська пропаганда використала один із найпотужніших жанрів: псевдоепістолярний стиль. Праця в Німеччині була

показана, як абсолютно безпечна та добре оплачувана. Наявність листів повинна була показати правдивість цих тверджень та відсутність небезпеки чи примусу.

Коли план блискавичної війни був провалений, стало зрозуміло, що на потреби Рейху потрібні будуть усі без виключення. Тому все частіше заклики до роботи у Німеччині стосувалися і жінок. Прикладом такої пропаганди може слугувати плакат: «Я живу в німецькій родині і почуваю себе добре» (Додаток Ж). Композиція одразу налаштовує на позитивне сприйняття: Великий фрагмент листа, фото дітей, затишне житло, українські дівчата, які доглядають немовлят, читають, працюють у легкому побуті. Даний плакат створений нормалізувати експлуатацію жінок як домашньої прислуги.

Отже, плакатна графіка в Райхскомісаріаті «Україна» була ефективним інструментом щодо впливу на широкі верстви населення. Створенні візуальні образи набагато швидше сприймалося окупованим населенням, що впливало на швидкість досягнення результатів нацистської пропаганди. Загалом було декілька ключових наративів: антибільшовицькі, антисемітські та мобілізаційні, формуючи позитивний образ німецької влади й демонізуючи ворогів.

Висновок до розділу 2

Пропаганда нацистської Німеччини на території Райхскомісаріату «Україна» була добре продуманою та якісно організованою, оскільки німецька адміністрація розуміла, що без поширення пропагандистської інформації керувати окупованим населенням та територією буде набагато складніше, з огляду на це пропаганда стає неодмінним явищем окупаційного життя, адже це був ключовий інструмент для впливу на населення.

Структура пропагандистського апарату передбачала наявність військових та цивільних органів. Кожен з цих підрозділів мав свої завдання. Військовий підрозділ виготовляв матеріали і працював набагато ближче до фронту, у той час як цивільні органи займалися змістовним наповненням преси та загальною інформаційною політикою. Окрему роль відігравав Східний відділ «Vineta», який створював пропаганду з урахуванням українських реалій, мови та настроїв.

Періодична преса була одним із найпоширеніших каналів впливу. Було виявлено, що газети регулярно поширювали ряд важливих напрямків для нацистської пропаганди: антибільшовицький поєднаний з антисемітським, зображення німців як «визволителів», аграрна реформа, робота у Німеччині.

Плакатна графіка доповнювала зміст газет і працювала на емоційному рівні. Плакати часто зображували «спільного ворога» - більшовиків або євреїв у максимально негативному світлі, а також малювали привабливий образ «нової Європи», частиною якої українців обіцяли зробити. Яскраві кольори, прості слогани й зрозумілі символи робили такі зображення ефективними навіть серед малописьменного населення.

РОЗДІЛ 3.

ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ НАЦИСТСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА ТЕРИТОРІЇ РАЙХСКОМІСАРІАТУ «УКРАЇНА» В ШКІЛЬНІЙ ІСТОРИЧНІЙ ОСВІТІ

3.1. Стан вивчення проблеми у шкільній практиці

Аналіз стану вивчення теми нацистської окупаційної політики та, зокрема, пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна» у шкільній практиці показує, що ця проблематика загалом присутня в курсі історії, але рідко стає окремим об'єктом системної методичної роботи. Для оцінки сучасного стану було опрацьовано низку відкритих конспектів уроків і навчально-методичних матеріалів учителів історії та викладачів фахової передвищої освіти, розміщених на освітніх платформах і сайтах. Серед них - конспекти уроків «Окупаційний режим в Україні» (автори О. Почтова [71], О. Бондарчук [37], В. Зорічева [54]), розробка заняття «Примусова праця українців у Третьому рейху» - С. Журид [53], а також мультимедійні матеріали до теми «Окупаційний режим та рух Опору в країнах Європи» - Л. Кокош [55] .

Для більшості проаналізованих уроків характерна спільна логіка змісту: у центрі уваги – «новий порядок», система терору та геноциду, економічна експлуатація, Голокост, примусова праця та депортації населення. У конспекті О. Почтової [71] метою уроку «Окупаційний режим в Україні» визначено: розкрити суть «нового порядку», показати злочини окупантів на українських землях і Сумщині, розвивати навички аналізу історичних документів і документальних кіноматеріалів, виховувати гуманістичне ставлення до різних народів і патріотизм.

Структура змісту узгоджується з чинними програмами: план «Ост» і адміністративний поділ України, фашистський «новий порядок», Голокост, економічне пограбування та наслідки окупаційної політики.

Подібну логіку бачимо й у конспектах О. Бондарчук: метою є сформувати уявлення про окупаційний режим, розкрити його основні риси та наслідки для

населення, звернути увагу на Голокост, примусову працю, економічну експлуатацію, виховати повагу до прав людини та нетерпимість до насильства [37].

Уроки такого типу, як правило, чітко показують кримінальний характер нацистського «нового порядку». Учні працюють з фактами про юридичні обмеження для місцевого населення, масові розстріли, знищення сіл, мережу концтаборів та гетто, кількість жертв Голокосту тощо. Наприклад, у розробці О. Почтової акцент робиться на масштабах знищення євреїв в Україні, символічній ролі Бабиного Яру, а також на локальних прикладах масового терору на Сумщині [71].

Отже, змістове ядро розглянутих уроків добре охоплює основні аспекти нацистської окупаційної політики. Водночас тема пропаганди – як системи цілеспрямованого впливу на населення - зазвичай залишається на периферії або подається дуже побіжно.

За формою організації навчання більшість уроків спираються на поєднання традиційних та окремих інтерактивних методів. Для конспекту О. Почтової визначено тип уроку як «урок засвоєння нових знань», але з використанням відеоматеріалів про війну та окупаційний режим на Сумщині, а також елементів проектної роботи в групах [71].

Учні поділяються на три групи, кожна з яких опрацьовує окремий блок (план «Ост» і адміністративний поділ, «новий порядок», наслідки окупаційної політики) і презентує результати у формі презентації чи буклету.

У конспектах О. Бондарчук, окрім пояснення вчителя та фронтального опитування, використовуються елементи роботи з історичними документами, тестові й творчі завдання, спрямовані на формування вмінь аналізувати джерела й робити висновки [37].

Важливо, що вчитель закладає у мету й очікувані результати виховання громадянських цінностей, емпатії до жертв війни, осмислення Голокосту та інших злочинів нацистського режиму.

Окремо варто відзначити урок-презентацію Л. Кокош з теми «Окупаційний режим та рух Опору в країнах Європи». Матеріал побудовано навколо пояснення ключових понять («новий порядок», «Рух Опору», «колабораціонізм», «Голокост») та огляду окупаційної політики на різних територіях, що дає учням ширший європейський контекст для порівняння з подіями в Україні [55].

Загалом, методичний інструментарій учителів наближається до вимог компетентнісного підходу: використовується групова робота, елементи дослідницьких завдань, аналіз документів і свідчень очевидців, мультимедійні матеріали, місцевий краєзнавчий компонент. Проте більшість цих прийомів спрямована на осмислення наслідків окупації та досвіду жертв, а не на спеціальний аналіз механізмів пропагандистського впливу.

У проаналізованих матеріалах тема нацистської пропаганди як правило поєднана в ширший контекст «нового порядку» й окупаційної політики, але рідко виділяється як окрема підтема уроку. Наприклад, у розробці О. Почтової під час обговорення економічної експлуатації та примусової праці згадується масштабна пропагандистська кампанія міністерства Геббельса, спрямована на залучення української молоді до роботи в Німеччині: через обіцянки навчання, здобуття професії, навіть можливості вступу до університету [71].

Учитель звертає увагу на те, що багато людей повірили цим обіцянкам, але реальність оstarбайтерів виявилася «практично рабською».

У цьому ж конспекті є окремий фрагмент, де вчитель прямо говорить про пропаганду як складову окупаційної політики: зазначається, що нацисти на окупованих територіях видавали близько 190 газет загальним накладом понад 1 млн примірників, використовували радіо, кіно, виставки, пересувні пропагандистські підрозділи, та активно експлуатували тему сталінських злочинів (терору, Голодомору) [71].

Цей фрагмент фактично окреслює важливі елементи пропагандистського апарату, однак він подається у вигляді короткої інформаційної вставки, без подальшої роботи з конкретними прикладами (плакатами, газетними шпальтами, радіотекстами) й без системного аналізу механізмів впливу.

Більшість інших шкільних розробок, зокрема конспекти О. Бондарчук [37] та В. Зорічевої [54], акцентують увагу на поняттях «окупаційний режим», «геноцид», «Голокост», «колабораціонізм», але не виділяють «нацистську пропаганду» як окремий об'єкт обговорення. Навіть коли йдеться про психологічну атмосферу окупації, про формування образу «ворогів» і «нижчих рас», ці питання залишаються радше тлом для опису злочинів, а не предметом самостійного аналізу [37;54].

Показовим винятком є розробка заняття «Примусова праця українців у Третьому рейху» викладачки С. Журид (заклад фахової передвищої освіти). Серед мети заняття прямо зазначено: «розвивати критичне мислення щодо інформації (на прикладі нацистської агітації), формувати медійну та інформаційну грамотність» [53].

У ході заняття студенти працюють із репродукціями нацистських агітаційних плакатів, які пропонували роботу в Німеччині, та аналізують їх за низкою запитань: яка мета плаката, на яку аудиторію він розрахований, які візуальні й мовні засоби використовуються, чи є спекуляція на жіночих образах, чи можна довіряти такій інформації тощо [53].

У цьому випадку нацистська пропаганда стає не лише історичним сюжетом, а й практичним «полігоном» для формування в учнів/студентів умінь критично читати медіаповідомлення, виявляти маніпулятивні прийоми, співвідносити обіцянки з реальними умовами життя оstarбайтерів [53].

Такий підхід суттєво наближує вивчення теми до цілей Нової української школи - розвитку критичного мислення, інформаційної та медіаграмотності.

Отже, аналіз наявних шкільних і коледжних розробок дозволяє зробити кілька узагальнень. Тематика окупаційного режиму на території України стабільно присутня в шкільній практиці й, загалом, добре узгоджується з вимогами чинних навчальних програм. Учителі приділяють значну увагу гуманістичному та громадянському виміру: через історії жертв, місцеві приклади, свідчення очевидців формуються емпатія, повага до людської гідності, усвідомлення цінності прав людини. Використовуються різні форми активізації

учнів: робота в групах, міні-проекти, презентації, аналіз документів, застосування відео та інших мультимедійних матеріалів.

Тема нацистської пропаганди в Райхскомісаріаті «Україна» зазвичай не виступає як окрема дидактична проблема. Вона присутня фрагментарно – через згадки про пропагандистські кампанії з вербування оstarбайтерів чи загальні фрази про діяльність газет і радіо – але без системного розкриття структури пропагандистського апарату та конкретних інструментів впливу.

Не завжди реалізується потенціал візуальних джерел: плакати, карикатури, газетні шпальти, кадри кінохроніки переважно використовуються як ілюстрації, а не як повноцінні об'єкти аналізу. Завдання, спрямовані саме на формування медіаграмотності (вміння розрізняти факти й інтерпретації, бачити маніпуляцію, аналізувати емоційні й візуальні прийоми впливу), поодинокі. Яскравим прикладом є розробка С. Журид, але такий підхід поки що радше виняток, ніж правило.

Узагальнюючи, можна сказати, що в сучасній шкільній практиці вивчення нацистської окупаційної політики в Україні має достатньо міцний змістовий фундамент, але тема пропаганди – зокрема на території Райхскомісаріату «Україна» - залишається недостатньо розробленою. Саме це відкриває можливість для методичного вдосконалення: включення до уроків історії спеціальних блоків роботи з плакатами, газетами, радіотекстами, створення учнівських міні-досліджень про нацистські медіа в Україні, а також цілеспрямоване формування медіа- й інформаційної грамотності на історичному матеріалі. У наступному підрозділі буде запропоновано власне бачення такої методики.

3.2. Методика вивчення теми «Нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна» в шкільній історичній освіті»

Вивчення питання нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна» у шкільному курсі історії наряду залежить від змісту чинних навчальних програм, державних стандартів та підручників. Зазначені документи

показують, наскільки ґрунтовно та цілісно учні можуть вивчати явища і практики інформаційної політики Третього Райху.

Державний стандарт базової середньої освіти, затверджений постановою Кабінету Міністрів України №898 від 30 вересня 2020 року, визначає ключові вимоги до змісту та результатів навчання учнів 5–9 класів. Для нашого дослідження особливо важливою є громадянська та історична освітня галузь, на яку за документом повинно припадати 245 навчальних годин. Саме в межах даної галузі учні 10 класу повинні опанувати знання про Другу світову війну, включно з пропагандою як метод контролю у тоталітарних режимах [23].

У стандарті визначений ряд ключових компетентностей, які повинні бути розвинені під час освітнього процесу. Зокрема, серед обов'язкових результатів навчання вказано: «пошук, подання, перетворення, аналіз, узагальнення та систематизація даних, критичне оцінювання інформації...» [23]. Отже, тема пропаганди, яка опосередковано але висвітлюється під час вивчення розділу Другої світової війни органічно поєднується із розвитком вищезазначених компетентностей. Дана тема формує вміння розпізнавати маніпулятивні впливи, що в свою чергу впливає на розвиток критичного аналізу інформації.

Стандарт містить рекомендації щодо використання різних видів інформації - текстові, візуальні, цифрові. Такий підхід і справді підсилить ефект від проведенного уроку та дозволить краще донести інформацію через наочність. Проте, найважливіше те, що це відкриває можливість для аналізу основних інструментів пропаганди: плакатів, газет, та інших джерел доби нацистської окупації. Тема голокосту може висвітлюватися через окремий блок опрацювання антисемітської пропаганди, адже це дає можливість простежити механізми впливу на населення, щодо легітимації своїх дій [23].

Отже, державний стандарт та його змістовне наповнення абсолютно логічно поєднується з вивченням даної теми у шкільному курсі історії. Також можемо стверджувати, що проведення окремих уроків даної тематики надасть можливість ще краще розвинути компетентнісний підхід. Джерельний підхід у

стандарті прямо натякає на використання наочних засобів під час висвітлення теми пропаганди, особливо на окупованих територіях.

Навчальна програми з історії України для 10 класу (рівень стандарту) передбачають вивчення теми «Україна в роки Другої світової війни (1939–1945 рр.)». окремої теми «Нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна» програма не містить. Але в кількох ключових темах розділу 6 «Друга світова війна: розгортання, перебіг і результати». У програмі чітко окреслені очікувані результати навчання: учні мають знати поняття «новий порядок», «окупаційний режим», «концентраційний табір», «табір смерті», «Голокост», розуміти причини й наслідки масових розстрілів, депортацій, Голокосту, а також вплив окупаційного режиму на повсякденне життя та свідомість населення. Це надає можливість інтегрувати у навчальний процес аналіз нацистської пропаганди [16].

У модельних програмах інтегрованого курсу «Історія: Україна і світ» для 10 класу (рівень стандарту) знаходимо важливі розділи, які не можуть бути розглянуті комплексно без залучення аналізу основних інструментів пропаганди. Зокрема, розділ 6.2 «Нацистський окупаційний режим: приклад України», де йдеться про нацистський «новий порядок» в окупованій Європі, план «Ост», зони окупації України та становище цивільного населення й військовополонених. За допомогою пропаганди і формувалося уявлення щодо цього «нового порядку». Або зміст підтем 6.3 «Голокост: знищення нацистами єврейського населення Європи» та 6.7 «Соціально-економічне та культурне життя під час війни. Наслідки Другої світової війни для України» [14]. Неможливо дані явища повноцінно розглядати без розуміння, як нацисти за допомогою пропаганди хотіли виправдати свої дії та знайти підтримку серед населення. Такий підхід передбачає активне залучення текстових та візуальних джерел інформації, а саме: плакатами, зверненнями, газетами, хронікою - тобто з матеріалами, які безпосередньо належать до нацистської пропаганди в Райхскомісаріаті «Україна».

У межах дослідження було проаналізовано ключові підручники з історії України та інтегрованого курсу «Україна і світ» для 10 класу, що використовуються у шкільній практиці. Метою аналізу було визначити, наскільки повно, системно й методично виважено представлена тема нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна», а також оцінити можливості цих підручників для роботи вчителя.

Підручник О. Гісема та О. Мартинюка «Історія України. 10 клас» (рівень стандарту) [44]. Тема: «Україна в умовах нацистської окупації» висвітлюється доволі ґрунтовно та зрозуміло. Проте, нацистська пропаганда розглядається побіжно. У підручнику знаходимо один плакат присвячений залученні оstarбайтерів, даний плакат подається учням без завдань пов'язаних аналізом візуального джерела. Підтема Голокосту розглядається взагалі без текстових та візуальних джерел. Можна зробити висновок, що у даному підручнику акцент робився на інформаційне наповнення, яке і справді доволі зрозуміле. Тому пошук джерел та створення завдань до них покладатиметься виключно на вчителя.

Підручник О. Гісема «Україна і світ: інтегрований курс. 10 клас» [43] містить більш ґрунтовну інформацію, щодо пропагандистської діяльності. У темі «Нацистський «новий порядок» в Україні» знаходимо інформацію, яка стосується характеристики нацистської пропаганди на окупованій території та набагато більше джерел пов'язаних з темою нашого дослідження. У підручнику міститься лист оstarбайтерки та запитання до нього. Наступна тема у підручнику «Колабораціонізм. Українці на боці Третього рейху та його союзників» взагалі демонструє нацистські агітаційні плакати пов'язані з колабораціонізмом, до цих джерел додаються завдання пов'язані з аналізом зображення.

Підручник О. Пометун і Н. Гупана «Історія України. 10 клас» (рівень стандарту) [69] вирізняється компетентнісним підходом. У підручнику простежується акцент на соціально-психологічних аспектах поведінки населення. З огляду на це, знаходимо добірку спогадів українців під час окупації та Голокосту, які мають показати наслідки нацистського керівництва територією. Вперше серед підручників знаходимо уривки з газет, які потрібно

проаналізувати учням. Тематика подібних джерел стосувалася праведників народів світу та остарбайтерів. Плакати для аналізу у підручнику не запропоновані.

Підручник В. Власова та С. Кульчицького «Історія України. 10 клас» [39] містить один із найбільш деталізованих описів окупаційної політики з точки зору наповнення джерелами інформації. У підручнику запропоновані завдання на аналіз нацистських плакатів. У порівнянні з іншими опрацьованими підручниками дані завдання набагато складніші, а тому потребують кращого опрацювання візуальної інформації. Також подані історичні документи де згадуються заклики до співпраці, повідомлення для населення, фрагменти наказів.

Отже, аналіз зазначених підручників засвідчує, що пропаганда здебільшого згадується як супровід окупаційного режиму, але без ґрунтовного опису її інструментів, структури або впливу. Хоч і джерела присутні у підручниках, на нашу думку для якісного викладання теми вчителю необхідно залучати додаткові матеріали з архівів, сайтів музеїв та цифрових колекцій, адже базове забезпечення у підручниках є явно недостатнім.

У своїй праці О. Пометун та Н. Гупан доводять, що урок історії має потенціал для системного розвитку критичного мислення учнів за умови спеціальної організації активної пізнавальної діяльності. Дослідники підкреслюють, що в основі методики мають бути відкриті запитання, організація дискусій, робота з різними інтерпретаціями та оцінювання джерел. Вони наголошують: інформація для учнів повинна подаватися у різних форматах - текстових, візуальних, усних, електронних, адже різноманітність джерел забезпечує ширший простір для порівняння та формування аргументованих суджень. Особливо корисними є завдання, які потребують операцій високого рівня- аналізу, оцінювання, синтезу. Важливим є також «послідовне використання завдань, що стимулюють мислення учнів на кожному уроці» [70]. Твердження дослідників прямо корелює з потребою вивчати нацистську пропаганду через порівняння її візуальних, текстових та нормативних джерел

П. Мороз та І. Мороз у статті про конструювання практикуму «Історія України в джерелах» обґрунтовують, що робота з історичними джерелами має бути основою компетентнісного історичного навчання. Автори підкреслюють важливість добору джерел з урахуванням вікових можливостей учнів, структурування завдань різного рівня складності та поступового ускладнення роботи від простих операцій до дослідницьких. Вони акцентують, що «ключову роль відіграють творчі та дослідницькі завдання», а робота з джерелами має бути системною та різноплановою - поєднувати документи, візуальні матеріали, речові джерела та підручник. Методисти також зазначають, що вчителю варто уникати надмірно довгих джерел та нечітких запитань - це ускладнює аналітичну діяльність учнів [65, с.264].

При вивченні нацистської пропаганди це означає необхідність використання різних типів джерел - плакатів, газет, уривків розпоряджень райхскомісаріату, фотоархівів. Завдання повинні сприяти формуванню умінь розпізнавання маркерів пропаганди, аналізу цілей автора, визначення цільової аудиторії, а також порівняння різних джерел між собою.

П. Мороз та І. Мороз ще у одній своїй статті зазначають: учителям та авторам навчальної літератури під час відбору історичних джерел різного типу необхідно враховувати багатоперспективний підхід, коли певна історична ситуація висвітлюється з кількох - щонайменше двох - перспектив (ракурсів), що репрезентують різні суспільні позиції та інтереси. У зазначеному контексті досить важливим є розвиток умінь аналізувати та критично оцінювати інтерпретацію минулого, що міститься в будь-якому джерелі, з позиції її відповідності реальним фактам, іншим джерелам інформації [64, с.151].

З урахуванням вимог стандарту, програм та результатів аналізу практики, у підрозділі пропонується методична розробка уроку для 10 класу, що демонструє можливий підхід до вивчення теми «Нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна»» (Додаток 3).

У результаті опрацювання теоретичної літератури, програмних документів та аналізу шкільної практики можна запропонувати такі поради вчителю щодо

вивчення теми «Нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна»»:

1. Спиратися на реальні джерела. Використовувати не лише переказ підручника, а й оригінальні плакати, фрагменти газет, накази окупаційної влади. Це відповідає компетентнісному підходу та вимогам Державного стандарту щодо роботи з різними видами джерел.

2. Не відтворювати пропаганду «без коментаря». Демонструючи плакати чи тексти, обов'язково «розбирати» їх разом з учнями: хто автор, цільова аудиторія, меседж, маніпуляції, мова ворожнечі.

3. Поєднувати історичний і медіаосвітній підходи. Робота з окупаційною пресою й плакатами - зручний майданчик для розвитку медіаграмотності: учні вчаться ставити запитання до джерела, перевіряти інформацію, відрізняти факт від оцінки, розпізнавати стереотипи.

4. Враховувати емоційну складність теми. Розмова про антисемітизм, Голокост, масові розстріли потребує обережності. Варто встановити правила безпечного обговорення, не допускати відтворення образливих висловів без пояснення їхнього засудження.

5. Забезпечувати активну участь учнів. Ефективність уроку зростає, коли учні не просто слухають, а працюють у групах, аналізують джерела, дискутують, створюють власні продукти (есе, інфографіка, міні-проекти). Це відповідає вимогам сучасної методики щодо діяльнісного навчання.

6. Показувати зв'язок минулого і сьогодення. У межах вікових можливостей 10-класників доцільно обережно проводити паралелі з сучасними медіа-маніпуляціями: учні мають побачити, що технології пропаганди змінюються зовні, але логіка впливу часто залишається подібною.

7. Диференціювати завдання. Частині учнів можна запропонувати більш прості завдання (виписати емоційні слова, визначити «героїв» і «ворогів» тексту), іншим - складніші (зробити порівняльний аналіз двох плакатів, підготувати міні-дослідження про один пропагандистський сюжет).

8. Загалом запропонована методична розробка уроку демонструє, як тему «нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна»» можна органічно інтегрувати в чинний курс історії України для 10 класу та використати потенціал цієї теми для розвитку критичного мислення, медіаграмотності й громадянської свідомості старшокласників.

Висновки до розділу 3

Проведений аналіз показав, що в шкільній практиці тема нацистської окупаційної політики в Україні загалом розкрита достатньо повно, однак нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна» не виступає окремою темою вивчення. Вона інтегрується у загальну тему уроку та подається фрагментарно – згадка про агітаційні компанії, уривки преси, плакати – але без системного аналізу механізму, цілей та інструментів.

Нормативні документи: державний стандарт, навчальні та модельні програми, і зміст чинних підручників дозволяють стверджувати, що зазначена темі приділено чимало уваги, проте потенціал джерельної бази реалізований частково. Робота з пропагандистськими матеріалами здебільшого використовується, як ознайомлення учнів та наведення прикладів пропаганди. Дослідницький характер в опрацюванні джерел трапляється частково.

Сучасні українські методисти наголошують на необхідності системної роботи з різними типами джерел, організації дискусій, постановки відкритих запитань та поступового ускладнення завдань. Це цілком відповідає специфіці вивчення нацистської пропаганди. Запропонована в роботі методична розробка уроку демонструє, як цю тему можна органічно інтегрувати в курс історії України для 10 класу.

ВИСНОВКИ

У ході виконання кваліфікаційної роботи було здійснено комплексне дослідження історії нацистської пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна» та можливостей її вивчення у шкільній історичній освіті. Проведений аналіз дозволив сформулювати цілісне уявлення про зміст, функції та інструменти пропагандистської політики Третього рейху, а також визначити стан і перспективи методичного забезпечення цієї теми в сучасній українській школі. На підставі отриманих результатів можна стверджувати, що поставлена у вступі мета досягнута, а всі завдання дослідження виконані повною мірою.

У результаті аналізу наукової літератури, джерельної бази та сучасної історіографії встановлено, що тема нацистської пропаганди вивчається комплексно. Основний теоретичний фундамент заклала зарубіжна історіографія, яка надала комплексну характеристику такого явища, як пропаганда. Українська історіографія в основному логічно ґрунтується на окупаційній пропаганді та висвітлює локальні теми: регіональний вимір, окремі аспекти антисемітської пропаганди, основні інструменти впливу на окуповане населення. Інформаційно наповнена джерельна база надала можливість набагато якісніше висвітлити тему нашого дослідження, оскільки дозволила показати на прикладах, які засоби та механізми були використані нацистами для досягнення своєї мети.

Завдяки вивченню документальних матеріалів та досліджень окреслено структуру й функціонування пропагандистських установ Третього рейху в Україні. На території діяли Propaganda-Abteilung Ukraine, Propaganda-Kompanien, інформаційні відділи окружних комісаріатів, а також цивільні редакції газет, що працювали під контролем міністерства окупованих територій А. Розенберга. Їхня діяльність була спрямована у таких напрямках: забезпечення покори населення, виправдання репресивної політики, підтримання антисемітських і антибільшовицьких настроїв, мобілізацію трудових ресурсів та створення зовнішнього образу нібито «нового європейського порядку».

Була проведена характеристика основних форм і засобів пропаганди: преса, плакат, кіно, радіо, культурно-театральна діяльність. Доведено, що

нацисти застосовували майже однакові пропагандистські техніки, але адаптували їх до різної аудиторії: селян, робітників, молоді, православного населення, інтелігенції. Антисемітські, антибільшовицькі та аграрні меседжі поєднувалися з обіцянками «землі», «порядку», «вільної праці» та «європейського майбутнього». Виявлено, що пропаганда виконувала роль виправдання злочинних дій окупаційного режиму та формувала серед частини населення лояльність до прийдешньої влади.

У рамках аналізу навчальних програм, підручників і шкільної практики встановлено, що тема нацистської пропаганди не висвітлюється окремим блоком у шкільному курсі історії. Навчальні програми містять поняття «новий порядок», «окупаційний режим», «Голокост», «примусова праця», але не акцентують уваги на механізмах інформаційного впливу. Підручники містять загальну інформацію та не мають великої кількості джерел для комплексного опрацювання теми. Завдання, які подаються учням майже не містять ґрунтовних аналітичних завдань. Методичні розробки вчителів містять загальну характеристику встановлення «нового порядку», а тема пропаганди розглядається побіжно. Винятком є поодинокі методичні розробки, де плакати та газетні тексти аналізуються з позицій медіаграмотності.

У роботі було розроблено методичні рекомендації та модельний конспект уроку, що демонструє можливість цілеспрямованого вивчення нацистської пропаганди в Райхскомісаріті «Україна». Запропонована методика базується на принципах компетентнісного навчання, передбачає активну участь учнів, роботу з різними типами джерел: плакатами, газетами, візуальними й текстовими документами, аналіз маніпулятивних прийомів та формування навичок медіаграмотності. Створена модель уроку показує, як за допомогою кейс-методу, групової роботи, інструментів аналізу візуальних джерел і рефлексії можна системно інтегрувати вивчення пропаганди у курс історії України. Запропоновані підходи можуть бути використані вчителями історії як готовий інструмент або адаптовані до різних навчальних умов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Джерела

1. Більшовицьке закріпачення селян в ХХ ст. *Вінницькі вісті*. 1941. № 27. 6 листопада.
2. Біля Майкопа цілковито знищено большевицькі банди. *Визволена Україна* (Чуднів). 1942. № 79. 29 листопада.
3. Большевизм буде знищений. *Визволена Україна* (Чуднів). 1943. № 2. 25 лютого.
4. Відозва про обов'язкову працю української молоді року народження 1923–25. *Горохівські вісті*. 1943. № 11. 15 травня.
5. Декларація уряду про приватну власність селян на землю. *Вісті для українських селян*. 1943. № 20. 15 червня.
6. Душогубний режим у Союзі. *Голос Полтавщини*. 1943. № 229. 4 червня.
7. Єдина релігія, яку більшовики визнавали. *Вінницькі вісті*. 1941. № 40. 21 грудня.
8. Жиди – механізм більшовизму. *Вісті для українських селян*. 1941. № 23. 16 серпня.
9. Жиди та боротьба за волю України. *Волинь*. 1941. № 19. 27 листопада.
10. Жидівська спроба опанувати світ. *Волинь*. 1943. № 80. 14 жовтня.
11. Жидівські масові вбивства в історії. *Волинь*. 1943. № 66. 26 вересня.
12. Знову поїду до Німеччини. *Дзвін* (Кривий Ріг). 1942. № 105. 22 червня.
13. Лише німецькі армії можуть перемогти большевизм. *Визволена Україна* (Чуднів). 1943. № 5. 7 березня.
14. Модельна навчальна програма інтегрованого курсу «Історія: Україна і світ», 10 клас (рівень стандарту). - Київ : МОН України, 2022. .
15. Молодь проти більшовизму. *Голос Полтавщини*. 1943. № 237. 13 червня.
16. Навчальна програма з історії України для 10 класу (рівень стандарту). Київ : МОН України, 2022.

17. Німеччина Вас кличе. *Дзвін* (Кривий Ріг). 1943. № 257. 16 вересня.
18. Новий жидівський скандал у Південній Америці. *Волинь*. 1943. № 43. 6 червня.
19. Новий земельний лад виконується також на схід від Дніпра. *Вісті для українських селян*. 1942. № 4. 20 серпня.
20. Пів року нового земельного ладу в Україні. *Вісті для українських селян*. 1942. № 6. 27 вересня.
21. Початок одноосібного господарювання землею. *Вісті для українських селян*. 1942. № 2. 8 липня.
22. Правда супроти совєцької брехні. *Вінницькі вісті*. 1942. № 16. 26 лютого.
23. Про затвердження Державного стандарту базової середньої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 30 вересня 2020 р. № 898.
24. Прокинулись усі лихі інстинкти... Большевизм жидівське явище. *Костопільські вісті*. 1943. № 17 (91). 5 травня.
25. Райхскомісар України Еріх Кох до українських селян. *Нова Шепетівщина*. 1942. № 31. 24 квітня.
26. Робітники не любили більшовиків. *Вінницькі вісті*. 1941. № 6. 12 вересня.
27. Смоленські документи підтверджують совєтські вбивства. *Голос Полтавщини*. 1943. № 235. 11 червня.
28. Справжня біографія Сталіна. *Вінницькі вісті*. 1942. № 6. 22 січня.
29. Сталін живе в підземному замку. *Вінницькі вісті*. 1941. № 7. 14 вересня.
30. Сталін знову запровадив колгоспи. *Вісті для українських селян*. 1943. № 16. 15 квітня.
31. Фальшива теорія та страшна дійсність. *Вінницькі вісті*. 1943. № 36. 6 травня.
32. Червоний терор. *Нове українське слово*. 1943. № 86. 11 квітня.
33. Як «підкувались» большевики про українське селянство. *Визволена Україна* (Чуднів). 1943. № 3. 28 лютого.

Література

34. Абрамчук К. Особливості німецької політики набору та примусової депортації робітників 1941–1945 рр. з території Волинської області. *Геноцид України в ХХ столітті. Україна під окупаційними режимами: історія та наслідки : матер. другої Всеукр. наук.-практ. конф. м. Львів, 25–26 березня 2011 р.).* Львів, 2013. С. 239–245.
35. Андрійчук М. Українсько-єврейські взаємини на Західній Волині напередодні та в роки Другої світової війни. *Друга світова війна і доля народів України : матер. Всеукр. наук. конф., м. Київ, 24–24 червня 2005 р.* Київ, 2005. С. 67–72
36. Белецца С. Освіта в Україні під час нацистської окупації (на матеріалах Дніпропетровської області). *Український історичний журнал.* 2010. № 3. С. 78–92.
37. Бондарчук О. Л. Окупаційний режим в Україні : конспект уроку історії URL: https://urok.osvita.ua/materials/history_ukraine/59668/ (дата звернення: 16.10.2025).
38. Вашкевич А. М. Педагогічна доктрина фашистської Німеччини в умовах «нового порядку» на Україні. *Економіка, наука і культура в роки Великої Вітчизняної війни 1941–1945 : зб. матер. Регіональної студ. конф., м. Кривий Ріг, 16 квітня 2005.* Київ-Кривий Ріг, 2005. С. 52–54.
39. Власов В. С., Кульчицький С. В. Історія України (рівень стандарту): підручник для 10 класу закладів загальної середньої освіти Київ. 2018. 256 с
40. Войнаровський, А., Ковальов, І. Газета «Вінницькі Вісті» як джерело до діяльності української влади в умовах німецької окупації в 1941 р. *Scientific Papers of the Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University Series History.* 2024. Вип. 48. 134-143.
41. Гандрабура Н. Я. Україномовна окупаційна преса як джерело з історії нацистської експлуатації населення України (1941–1944 рр.). *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету.* 2014. Вип. 38. С. 338–342.

42. Гінда, В. Освітня політика нацистів в Райхскомісаріаті Україна. *Сторінки воєнної історії України*. 2012. Вип. 15. С. 61-75.
43. Гісем О. В. Історія: Україна і світ (інтегрований курс, рівень стандарту) : підруч. для 10 кл. закл. загал. серед. освіти. Харків. 2018. 256 с..
44. Гісем О. В., Мартинюк О. О.. Історія України (рівень стандарту) : підруч. для 10 кл. закл. загал. серед. освіти. Харків. 2018. 240 с..
45. Глушенок Н. М. Висвітлення нацистської політики щодо селянства райхскомісаріату «Україна» у періодичних виданнях періоду окупації (1941–1944 рр.). *Культурологічний альманах*. 2024. № 3. С. 73–81.
46. Гончаренко О. М., Куницький М. П., Лисенко О. Є. Система органів місцевого управління на території райхскомісаріату «Україна» та «військової зони» (1941–1944 рр.). Київ : Інститут історії України НАН України, 2014. 151 с.
47. Грідіна І. М. Вплив нацистської пропаганди на духовне життя населення України (технології, механізми та ефективність). *Український історичний журнал*. 2009. № 3. С. 123–132.
48. Грідіна І. М. Духовне життя населення України в роки Другої світової війни (1939–1945 рр.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра іст. наук. Донецьк, 2010. 416 с.
49. Долгорученко К. О. Організація та діяльність спеціального апарату пропаганди гітлерівської Німеччини на території Райхскомісаріату «Україна» (на матеріалах спецвідділу «Вінета») : дис. ... канд. іст. наук. Київ, 2021. 250 с.
50. Долгорученко К. О., Паливода В. В. Організаційно-правова структура спецвідділу «Вінета» імперського міністерства народної освіти і пропаганди на території Райхскомісаріату «Україна». *Актуальні дослідження правової та історичної науки*. 2018. Вип.4. С.120-124
51. Долгорученко К. О. Нацистська антисемітська пропаганда на території «Генерального округу Дніпропетровськ»: історіографічний огляд. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Серія «Історія та географія»*. Харків, 2013. Вип. 47. С. 193–200.

52. Єсіп І. М., Тюльнєв Д. С. Міфи Другої світової війни у нацистських плакатах (1939–1945 рр.). *Історичні і політологічні дослідження*. 2013. № 4. С. 162–171.
53. Журид С. О. Примусова праця українців у Третньому рейху URL: <https://vseosvita.ua/library/prezentacia-primusova-praca-u-tretomu-rejhu-tragedia-uvaznenih-u-nimeckih-konctaborah-ta-ih-dola-514486.html> (дата звернення: 16.10.2025).
54. Зорічева В. І. Окупаційний режим в Україні : урок-матеріал URL: <https://naurok.com.ua/urok-okupaciyniy-rezhim-v-ukra-ni-223714.html> (дата звернення: 16.10.2025).
55. Кокош Л. В. Окупаційний режим та рух Опору в країнах Європи URL: <https://naurok.com.ua/urok-z-vsesvitno-istori-osoblivosti-okupaciynogo-rezhimu-i-ruhu-oporu-strategi-vizhivannya-345752.html> (дата звернення: 16.10.2025).
56. Курилишин К. М. Українське життя в умовах німецької окупації (1939–1944 рр.): за матеріалами україномовної легальної преси: монографія. Львів : Львівська національна наукова бібліотека імені В. Стефаника, 2010. 328 с.
57. Левченко Ю. І. Особливості реалізації політики окупаційної влади в адміністративно-територіальних одиницях України 1941–1944 рр. : монографія / Ю. І. Левченко ; за наук. ред. К. П. Двірної. Київ : Видво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. 402 с
58. Маєвський О. «Єднайтесь для боротьби проти вашого смертельного ворога – більшовизму!». Плакатна графіка німецької окупаційної адміністрації на території України. URL: <https://uamoderna.com/md/>. Дата звернення (15.10.1
59. Маєвський О. Плакат і карикатура в системі формування інформаційного простору на окупованій території України (1941–1944). *Сторінки воєнної історії України*, 2016, Вип. 18: С. 110-120.
60. Маєвський О. Політичні плакат і карикатура як засоби ідеологічної боротьби в Україні 1939–1945 рр. / Відп. ред. О. Є. Лисенко ; Ін-т історії України НАН України. Київ. 2018. 268 с.

61. Майборода О. Ідеологічні засади нацистської політики в національному питанні. *Друга світова війна і доля народів України: матер. Всеукр. наук. конф.*, Київ, 24–24 червня 2005 р. Київ, 2005. С. 172–173.

62. Михайлик М. Німецька пропаганда в Україні. Інститут історії України НАН України. URL: <http://history.org.ua/LiberUA/978-966-00-1063-5/20.pdf>

63. Михальчук Р. Ю. Антисемітська пропаганда в газеті «Волинь» та журналі «Український хлібороб» рівненського видавництва «Волинь»: порівняльний аналіз. *Сторінки історії : зб. наук. пр.* 2023. Вип. 56. С. 221–240.

64. Мороз П. В., Мороз І. В. Аналіз стану використання історичних джерел у навчанні історії в старшій школі. *Український педагогічний журнал.* 2019. Вип. 4. С. 142-153.

65. Мороз П. В., Мороз І. В.. Концептуальні підходи до конструювання практикуму Історія України в джерелах. *Проблеми сучасного підручника.* 2018. Вип. 21. С. 261-270..

66. Панкратов О. Б. Пропаганда в роки Другої світової війни : урок-матеріал URL: <https://naurok.com.ua/propaganda-v-roki-drugo-svitovo-viyni-411401.html> (дата звернення: 16.10.2025).

67. Погорєлов А. Залучення нацистською окупаційною владою агітаторів та їх використання в усній і кінофотопропаганді (1942–1944 рр.). *Український історичний журнал.* 2019. № 5. С. 36–58.

68. Подольський А. Дослідження проблем антисемітської пропаганди в пресі часів нацистської окупації в сучасній українській історіографії. *Наукові записки : зб. наук. праць.* Київ, 2006. Вип 31. С. 7–14.

69. Пометун О. І., Гупан Н. М. Історія України (рівень стандарту): підруч. для 10 кл. закладів загальної середньої освіти. Київ: 2018. 256 с.

70. Пометун О. І., Гупан, Н. М.. Навчання історії як освітній простір розвитку критичного мислення учнів. *Хуманитарни Балкански изследвания,* 2018. Вип 1. С. 60-63.

71. Почтова О. А. Окупаційний режим в Україні: конспект уроку історії URL: <https://naurok.com.ua/konspekt-uroku-na-temu-okupaciyniy-rezhim-v-ukra-ni-138758.html> (дата звернення: 16.10.2025).
72. Салата О. Використання кінопропаганди як інструменту впливу на населення окупованих територій України в 1941–1944 рр. *Уманська старовина*. 2024. Вип. 11. С.38-47.
73. Салата О. Діяльність Міністерства народної освіти і пропаганди Німеччини в системі нацистської ідеології в 1933–1941 рр. *Гілея : наук. вісник*. 2015. Вип. 99. С. 101–106.
74. Салата О. Засоби та механізми формування інформаційного простору України в умовах Великої Вітчизняної війни. *Суспільно-політичні та соціокультурні процеси воєнної доби*. 2008. Вип. 11. С. 321–330.
75. Салата О. Ідеї української літературної еліти на сторінках окупаційної преси 1941–1943 років. *Уманська старовина*. 2016. Вип. 1. С. 30–35.
76. Салата О. Інформаційно-ідеологічна політика німецької окупаційної адміністрації щодо етнічних німців в Україні в 1941–1944 рр. *Сумська старовина*. 2009. № XXVIII–XXIX. С. 64–71.
77. Салата О. Листівки як інформаційно-психологічний засіб боротьби під час війни Німеччини проти СРСР. *Сторінки історії: зб. наук. пр.* Київ, 2009. Вип. 28. С. 191–199.
78. Салата О. Механізми та форми інформаційно-психологічного впливу на населення Волині в період німецької окупації 1941–1944 рр. *Військово-історичний меридіан* : електронний наук. журнал. 2013. Вип. 2. С. 41–49.
79. Салата О. О. Формування німецького інформаційного простору в Райхскомісаріаті «Україна» та в зоні військової адміністрації (червень 1941–1944 рр.). Автореф. дис. ... д-ра іст. наук. Донецьк, 2010. 316 с.
80. Салата О. Організація пропаганди в системі державних органів нацистської Німеччини у 1933–1941 рр. *Наукові праці історичного*

факультету Запорізького національного університету. 2017. Вип. 49. С. 153–159.

81. Салата О. Періодичні видання в системі нацистської пропаганди на окупованих територіях України у 1941–1943 роках. *Київські історичні студії*. 2020. № 2 (11). С. 116–124.

82. Салата О. Проблема інформаційного протистояння нацистської Німеччини та Радянського Союзу в зарубіжній історіографії. *Військова історія*. 2014. № 1 (50). С. 166–176.

83. Салата О. Радянське інформаційне бюро як механізм управління інформаційними потоками в умовах Великої Вітчизняної війни. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. 2009. Вип. 15. С. 116–121.

84. Салата О. Ретроспекція постаті Тараса Шевченка в окупаційній пресі 1941–1944 рр. *Україна у світовій історії*. 2014. № 3 (52). С. 44–53.

85. Салата О. Роль чуток у формуванні інформаційного простору на окупованій території України у 1941–1944 роках. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія 6. Історичні науки. С. 245–250.

86. Салата О. Становище української інтелігенції в умовах німецько-фашистської окупації 1941–1944 рр. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. Серія: Історія. 2008. Вип. 14. С. 250–253.

87. Салата О., Тарнавський І. Діяльність театральних колективів в умовах нацистської окупації 1941–1943 рр.: уявлення та реалії (за матеріалами часопису «Українська дійсність»). *Сторінки історії: зб. наук. праць*. 2020. Вип. 50. С. 206–223.

88. Себта Т. М. Райхскомісаріат Україна URL: http://www.history.org.ua/?termin=Rajkhskomisariat_U (дата звернення: 03.11.2025).

89. Стельникович С. В. Житомирсько-вінницький регіон в умовах нацистської окупації (1941–1944 рр.): проблеми функціонування системи освіти.

Історія України. Всеукраїнська газета для вчителів історії та правознавства. 2017. № 9. С. 5–9.

90. Стельникович С., Максимов О. Нацистська політика масового переміщення трудових ресурсів на південь Райхскомісаріату «Україна» у 1942 р. *Інтермарум: історія, політика, культура.* 2022. № 10. С. 92–104.

91. 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 : матер. Всеукр. наук. конф.*, Київ, 24–24 червня 2005 р. Київ, 2005. С. 165–172.

92. Титаренко Д. Культурне життя на Донбасі під час нацистської окупації. *Український історичний журнал.* 2015. № 2. С. 67–84.

93. Чернявська К. В. Окупаційна преса як інструмент вербувальної кампанії по набору робочої сили для Третього рейху на півдні України в 1942–1943 рр. *Археологія та прадавня історія.* Вип. 62. С. 62–65

94. Черняков Б. Окупаційна преса Райхскомісаріату України: розбудова і функціонування (1941–1943 рр.). *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України.* 2006. Вип. 31. С. 51–68.

95. Шайкан В. Українська освіта в добу гітлерівської окупації як засіб ідеологічного протистояння (за матеріалами вітчизняних архівосховищ). *Сторінки воєнної історії України.* 2007. Вип. 11. С. 211–21

96. Яшан О. О. Життя в окупації (1941–1944 рр.). *Гуманітарний вісник. Серія «Історичні науки».* Черкаси, 2017. Ч. 26, вип. 10. С. 144–149.

97. Яшин В. О. Біографічні розвідки щодо кадрового складу Східного відділу «VINETA» Міністерства освіти та пропаганди Райху. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Історичні науки.* 2019. № 3. С. 198–205.

98. Яшин В. О. Кадровий склад Східного відділу «VINETA»: персоналії та біографічні розвідки (до постановки проблеми). *Науковий вісник*

Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні відносини». 2019. Вип. 5, т. 1. С. 159–169.

99. Яшин В. У лежцатах тоталітаризму: спеціальний відділ «Вінета» та його українські співробітники. Історико-біографічні та просопографічні нотатки *Консенсус*. 2024. № 2. С. 112–136.

100. Яшин В. Українські націоналісти у спецвідділі «Вінета»: історико-біографічні розвідки та просопографічні спостереження. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Історія. 2023. Т. 2 (49). С. 28–38.

101. Aly G. Hitler's Beneficiaries: Plunder, Racial War, and the Nazi Welfare State. New York, 2005 452 p.

102. Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York. Vintage Books, 1973. 320 p

103. Fest I. The Face of the Third Reich. London. Penguin Books, 1983. 412 p.

104. Herzstein, R. E. The War that Hitler Won, Nazi Propaganda, The Most Infamous Propaganda Campaign in History. New York. Putnam, 1978. 491 p.

105. Kallis A. Nazi Propaganda and the Second World War. Basingstoke. Palgrave Macmillan, 2005. 308 p.

106. Lasswell H. D. Propaganda Technique in the World War. New York. Garland Publishing, 1972. 233 p.

107. Moore C. Propaganda Prints: A History of Art in the Service of Social and Political Change. London. A & C Black, 2010. 200 p.

108. Welch D. The Third Reich: Politics and Propaganda. London. Routledge, 2002. 261 p.

Додаток Б



Додаток В



Додаток Г



Додаток Е



Додаток Ж

"Я живу в немецкой подполье : почувствую себе добле."



1. A woman is working in a kitchen, possibly preparing food. 2. A woman is sitting at a table, looking down at something in her hands. 3. A woman is standing in a room, looking towards the camera. 4. A woman is sitting at a table, looking down at something in her hands. 5. A woman is standing in a room, looking towards the camera. 6. A woman is sitting at a table, looking down at something in her hands. 7. A woman is standing in a room, looking towards the camera. 8. A woman is sitting at a table, looking down at something in her hands. 9. A woman is standing in a room, looking towards the camera. 10. A woman is sitting at a table, looking down at something in her hands. 11. A woman is standing in a room, looking towards the camera. 12. A woman is sitting at a table, looking down at something in her hands.



"Я ждал тебя в Немецчине,
приветствуй и ты сюда!"

Додаток 3

Методична розробка уроку з історії України для 10 класу

Тема: Нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна»: преса, плакат, повсякденність

Мета:

Навчальна:

розкрити цілі й основні напрями нацистської пропаганди на території «Райхскомісаріату Україна» (антибільшовицький, антисемітський, аграрний, мобілізаційний);

показати роль періодичної преси та плакатної графіки як ключових інструментів впливу на населення;

сформувати уявлення про те, як нацистська пропаганда легітимізувала окупаційну політику, Голокост та примусову працю.

Розвивальна:

розвивати критичне мислення, уміння аналізувати візуальні й текстові джерела (газетні матеріали, плакати);

формувати навички медіаграмотності: визначення цільової аудиторії, головного меседжу, емоційних тригерів, стереотипів та мови ворожнечі;

удосконалювати вміння працювати в групах, аргументовано висловлювати власну позицію.

Виховна:

формувати негативне ставлення до тоталітарних ідеологій та маніпулятивних практик;

сприяти усвідомленню цінності людської гідності та прав людини.

Тип уроку: урок-дослідження (комбінований, з елементами кейс-методу та роботи з візуальними джерелами).

Загальнодидактичні методи: проблемна бесіда, робота з історичними джерелами, групова робота, аналіз плакатів (інструмент «детектив пропаганди»), «мозковий штурм», рефлексія.

Інтеграційні міжпредметні зв'язки: громадянська освіта, географія, мистецтво.

Опорні поняття: пропаганда; мова ворожнечі; стереотип; маніпуляція; наратив; плакатна графіка; окупаційна преса; Райхскомісаріат «Україна»; антибільшовицький наратив; антисемітизм; «новий порядок»; остарбайтери; нацистська ідеологія.

Після уроку учні зможуть:

пояснювати, які основні цілі переслідувала нацистська пропаганда на території Райхскомісаріату «Україна»;

визначати й характеризувати ключові пропагандистські напрями (антибільшовицький, антисемітський, аграрний, мобілізаційний);

аналізувати плакати й текстові матеріали окупаційної преси за алгоритмом («детектив пропаганди»);

розпізнавати типові маніпулятивні прийоми (створення образу ворога, спрощення, перебільшення, фальшиві протиставлення, апеляції до емоцій);

пояснювати, як пропаганда легітимізувала Голокост, примусову працю та окупаційний режим;

формулювати власні судження про небезпеку пропаганди та її вплив на суспільну свідомість.

Структура уроку

- I. Організаційний момент.
- II. Актуалізація опорних знань.
- III. Мотивація.
- IV. Оголошення теми й очікуваних результатів.
- V. Вивчення нового матеріалу.
- VI. Систематизація й узагальнення.
- VII. Рефлексія.
- VIII. Домашнє завдання.

Хід роботи

Етап заняття	Діяльність вчителя	Передбачена діяльність учнів
I. Організаційний момент	Привітання, перевірка присутності, налаштування на роботу.	Учні вітаються, готуються до роботи, налаштовуються на сприйняття навчального матеріалу.
II. Актуалізація опорних знань	Фронтальна бесіда / міні-тест (2–3 запитання): 1. Які основні цілі переслідувала нацистська окупаційна політика в Україні? 2. Що таке Райхскомісаріат «Україна»? Хто очолював цю адміністративну структуру? 3. Які форми репресій щодо населення ви вже знаєте (масові розстріли, вивезення на примусову працю, Голокост тощо)?	- Даючи відповіді на запитання вчителя, учні пригадують ключові поняття попередніх уроків. - Формулюють власні пояснення щодо цілей нацистської окупаційної політики. - Називають ознаки окупаційної адміністрації, види репресій. - • Беруть участь у міні-тесті або фронтальній бесіді.
III. Мотивація	Учитель ставить проблемне запитання: «Чому люди іноді підтримують злочинні режими або миряться з їхньою політикою?» Коротка дискусія 2–3 відповідей учнів. Далі вчитель підводить до	- Висловлюють власні думки під час короткої дискусії. - Пропонують власні пояснення, чому люди можуть підтримувати злочинні режими. - Формують перші припущення про роль

	думки, що пропаганда є одним з ключових механізмів впливу на свідомість, і пропонує сьогодні «розібрати по цеглинках», як вона працювала на окупованих територіях України.	пропаганди. - • Входять у дослідницький формат уроку.
IV. Оголошення теми й очікуваних результатів	Учні записують тему уроку. Вчитель формулює простими словами очікувані результати, наприклад: - наприкінці уроку ви зможете пояснити, навіщо нацисти використовували пресу та плакати в Україні; - проаналізувати 1–2 плакати й газетні тексти з окупаційних видань; - розпізнавати типові пропагандистські прийоми (спрощення, створення образу ворога, апеляція до страху, «солодкі обіцянки» тощо).	- Записують тему уроку до зошитів. - Слухають формулювання очікуваних результатів. - За потреби уточнюють, що саме вони повинні будуть уміти після уроку. - • Готуються до виконання практичних завдань.
V. Вивчення нового матеріалу	Міні-вступ учителя: «Як була організована нацистська пропаганда в РКУ?» (5–7 хв.) У доступній формі вчитель нагадує учням ключові положення, які були розкриті в	1. Міні-вступ учителя - Слухають пояснення учителя про структуру нацистської пропаганди в РКУ. - Записують ключові терміни

	теоретичному розділі роботи. 2. Групова робота з плакатами Учні об'єднуються у 3–4 групи. Кожна група отримує 1–2 копії окупаційних плакатів (на папері або на екрані). До кожної групи – картка з алгоритмом аналізу (метод «детектив пропаганди»): 1. Хто зображений? Які елементи впадають в око першими? 2. До кого звертається плакат (цільова аудиторія)? 3. Який головний меседж (теза) плаката? Спробуйте сформулювати її одним реченням. 4. Які емоції має викликати це зображення (страх, гнів, надія, відчуття провини, гордість тощо)? 5. Які стереотипи / упередження використовуються? Чи є мова ворожнечі (образи, приниження певної групи)? 6. Які «обіцянки» містяться в плакаті (якщо є)? Приклади типів плакатів, які можна використати (з електронних колекцій	або схему, якщо вона подається. - Ставлять уточнювальні запитання (за потреби). 2. Групова робота з плакатами - Об'єднуються у групи по 3–4 особи. - Розглядають отримані плакати, обговорюють їх зміст. - Заповнюють картку-алгоритм («детектив пропаганди»). - Визначають цільову аудиторію та головний меседж плаката. - Аналізують емоційні тригери, стереотипи та можливу маніпуляцію. - Готують коротку (1–2 хв.) презентацію результатів. - Презентують власні висновки перед класом. - Порівнюють повторювані пропагандистські прийоми з іншими групами. 3. Робота з текстовими джерелами (преса) – міні-кейс - Читають наданий текстовий уривок із окупаційної преси. - Визначають у тексті «героїв» і «ворогів».
--	---	---

	окупаційних плакатів та джерел воєнного часу): - антибільшовицький плакат із зображенням Червоної армії як «червоної небезпеки» та протиставленням «нового життя» під німецькою владою; - плакат із поєднанням антисемітських та антибільшовицьких мотивів (євреї у ролі «ляльководи» більшовизму); - плакати агітації до примусової праці в Німеччині («Німеччина тебе кличе», «Їдь працювати до Рейху – допоможи своїй родині»); - плакат, спрямований на селян, з акцентом на «приватну власність на землю» та відсутність колгоспів. Після опрацювання плаката кожна група коротко (1–2 хв.) презентує результати: - «наш плакат спрямований на...», - «головний меседж...»,	- Виділяють слова й вирази, що викликають емоції або формують упередження. - Обговорюють у групі можливі маніпуляції тексту. - Заповнюють схему («герої», «вороги», «емоції», «маніпуляції»). - Презентують результати перед класом. - Роблять висновки про методи інформаційного впливу. 4. Узагальнення вчителя - засвоєння змісту Слухають підсумкові коментарі вчителя. • Зіставляють висновки групи з узагальненням учителя. За бажанням ставлять уточнювальні запитання.
--	--	---

	- «які емоції та стереотипи тут використовуються...». Учитель фіксує на дошці або в спільній таблиці повторювані прийоми (спрощення, перебільшення, знеособлення «ворога», апеляція до страху, обіцянки «кращого життя» тощо). 3. Робота з текстовими джерелами (преса) – міні-кейс (10–12 хв.) Учні залишаються в тих самих групах. Кожна група отримує короткий фрагмент з окупаційної газети (3–6 речень), наприклад: - уривок зі статті про «жахи більшовицького терору»; - фрагмент антисемітської статті на кшталт «Жиди – механізм більшовизму»; - уривок з матеріалу про «новий земельний лад» і «ліквідацію колгоспів»; - уривок з «листа оstarбайтера» з Німеччини з ідеалізованим описом умов праці й життя. До кожного уривка – набір	
--	---	--

	запитань: 1. Хто в тексті показаний як «добрі» та як «погані»? За якими ознаками? 2. Які емоції намагається викликати цей текст у читача? Наведіть 2–3 приклади слів/виразів, що це демонструють. 3. Які «факти» або твердження в тексті здаються вам сумнівними / однобокими? Чому? 4. Як би ви коротко пояснили, у чому маніпуляція цього уривка? Групи заповнюють невелику схему-картку («герої», «вороги», «емоції», «маніпуляції») й презентують висновки. Учитель підкреслює, що навіть невеликі тексти насичені емоційною лексикою та стереотипами, а логічні аргументи часто підмінюються образами. Узагальнення вчителя На основі відповідей учнів вчитель підводить проміжний підсумок: - нацистська пропаганда в	
--	--	--

	РКУ поєднувала «негативні» меседжі (страх перед більшовизмом, євреями, «старим порядком») з «позитивними» обіцянками (земля, порядок, робота, «нове життя в Європі»); - преса й плакати працювали разом: плакат «чіпляв» емоційною картинкою, газета «пояснювала» й деталізувала потрібні наративи; - мова ворожнечі та стереотипи (особливо антисемітські) готували грунт для масового насильства (Голокост, репресії, депортації).	
VI. Систематизація й узагальнення	Метод «Мозковий штурм» або вправа «Три висновки»: Учням пропонується індивідуально або в парах сформулювати три висновки: 1. Що нового я дізнався/- лася про нацистську пропаганду в Україні?	- Виконують вправу «Три висновки» індивідуально або в парах. - Формулюють власні підсумки щодо пропаганди. - Обговорюють найбільш небезпечні прийоми, які виявили на уроці. - Обирають інструмент

	2. Які прийоми пропаганди мені здалися найбільш небезпечними? Чому? 3. Який головний інструмент проти подібних маніпуляцій сьогодні? Кілька учнів зачитують свої відповіді. Учитель узагальнює: головний «інструмент» – критичне мислення, перевірка інформації, чутливість до мови ворожнечі й повага до прав людини.	протидії маніпуляції (критичне мислення, перевірка фактів тощо). - • Декілька учнів озвучують свої висновки всьому класу.
VII. Рефлексія	Коротка рефлексія за методом «Незакінчені речення»: - Сьогодні мене найбільше здивувало те, що... - Тепер я по-іншому дивлюся на... - На мою думку, важливо говорити про пропаганду тому, що...	Виконують вправу «Незакінчені речення»: «Сьогодні мене найбільше здивувало те, що...» «Тепер я по-іншому дивлюся на...» «Говорити про пропаганду важливо, бо...» • Оцінюють власний внесок у роботу групи та темпу уроку. Формують особисте ставлення до теми.
VIII. Домашнє	Домашнє завдання (на вибір,	- Обирають один із

завдання	диференційовано): 1. Написати коротке есе на одну з тем: «Чому пропаганда небезпечна для суспільства?» «Які паралелі (обережно та без політичної агітації) можна провести між нацистською пропагандою та сучасними маніпуляціями в медіа?» 2. Підготувати міні-постер / інфографіку «Як розпізнати пропаганду» (5–6 простих правил для однолітків).	запропонованих варіантів завдання. - Складають коротке есе або створюють міні-постер / інфографіку. - За потреби уточнюють вимоги або критерії виконання роботи.
----------	---	--