

І.М.Грідіна*

ВПЛИВ НАЦИСТСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ НА ДУХОВНЕ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ (ТЕХНОЛОГІЇ, МЕХАНІЗМИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ)

У статті з'ясовуються результати впливу на духовне життя цивільного населення України нацистської пропаганди. Визначаються механізми та засоби ідеологічно-психологічної обробки різних категорій українського народу і його зворотна реакція на ці заходи. Аналізуються причини провалу пропагандистських акцій нацистської влади.

Пропаганда є основним засобом маніпулятивного впливу на маси. До початку Другої світової війни публіцисти й пропагандисти всіх країн дотримувались однієї думки, що вона буде відігравати у війні вирішальну роль¹. Дійсно, саме тоді в боротьбі за душі радянського народу зіткнулися дві найпотужніші пропагандистські машини – більшовицького СРСР та нацистської Німеччини. Перемога у цій ідеологічній боротьбі, яка була запорукою загальної перемоги, залежала від багатьох чинників і у першу чергу від людського. Населення окупованої України стало об'єктом цілеспрямованої ідеологічно-психологічної обробки – гарантії духовного підкорення. Але у цілому ця ретельно підготовлена акція зазнала провалу.

Дана проблема вже давно порушується радянськими², вітчизняними³ й російськими істориками⁴. Але, як правило, досліджуються форми та методи агітаційно-пропагандистської кампанії⁵. Більш детальному і комплексному вивченню відповідної діяльності органів німецької окупаційної влади серед населення України присвячено праці М.В.Михайлюк⁶. Однак поза увагою дослідників залишається серйозна проблема – зворотний бік впливу нацистської пропаганди на цивільне населення – тобто реакція останнього на неї, особливості її сприйняття різноманітними категоріями населення в різних регіонах. А саме це є кінцевою метою, результатом – позитивним чи негативним – будь-якої інформаційно-психологічної війни. Метою даної статті є особливості сприйняття цивільним населенням окупованої України гітлерівської пропаганди взагалі, її вплив на ставлення людей до «нового порядку» та, врешті-решт, на їх духовне життя.

На початку літа 1942 р. нацистам вдалося захопити значну територію СРСР. До їх планів входило повне підкорення окупаційній владі місцевого населення. Найважливіша роль у цьому відводилася пропагандистському апарату, котрий повинен був показати невідворотність розгрому Червоної армії й загибелі СРСР, зломити волю до боротьби у радянських громадян, фактично перетворити їх на безмовну, покірну масу. Гітлерівській пропаганді треба було охопити величезну територію, де перед війною мешкало 45% населення Радянського Союзу, а в період окупації, навіть з урахуванням широкомасштабної евакуації, його тут перебувало не менше 70 млн осіб.

До початку Другої світової війни нацистська Німеччина зробила все можливе, щоб вести психологічну війну по-новому, не повторюючи помилок минулого. Гітлерівці, по-перше, домоглися високих результатів у погодженні за часом політичних, пропагандистських і воєнних зусиль. По-друге, останні широко застосовували рекомендації наукової психології для досягнення своїх цілей. По-третє, вони створили гарно підготовлений та широко розгалужений апарат для

* Грідіна Ірина Миколаївна – канд. іст. наук, доцент кафедри історії України Донецького національного університету.

E-mail: irina_gridina@mail.ru

психологічних операцій, який нараховував до моменту вторгнення в СРСР 19 рот пропаганди: 12 – у сухопутних військах, 4 – у військово-повітряних силах, 3 роти – у військово-морських силах, а, крім того, 6 взводів воєнних кореспондентів СС. Для роботи з місцевим радянським населенням кожна з трьох груп армій (Північ, Центр, Південь) мала спеціальний батальйон, котрий займався виданням газет мовами народів окупованих територій, веденням пропаганди через захоплені радіостанції, показом кінофільмів. До квітня 1943 р. кількість цих підрозділів вермахту досягла 15 тис. осіб⁷. Ідеологічним підґрунтям психологічної війни проти СРСР стали настанови Й.Гіббеля, які він виклав для співробітників свого міністерства 5 червня 1941 р. У пропаганді на Радянський Союз і його народи не мало бути «... ніякого антисоціалізму, ніякого повернення царизму (бо озлобимо налаштовану по-великоросійськи армію); ... проти Сталіна та його єврейських приспівників; ... різко звинувачувати більшовизм, викривати його невдачі всюди. Зрештою, орієнтуватися на хід подій»⁸. Слід відзначити, що у ході війни ці ідеологічні настанови змінювалися. Перш за все це стосується корегування пропаганди для окремих народів СРСР, а також звернення до минулого, ідеалізації дореволюційного часу.

Окрім зовнішніх важелів впливу існували певні внутрішні чинники, що робили населення окупованої України вразливим для ворожої пропаганди. По-перше, це був сам хід воєнних дій, коли за доволі короткий час величезна територія була зайнята противником. Відступ радянських військ, масова евакуація з прифронтових районів породжували відчуття розгубленості, усілякі догадки щодо перспектив війни. Люди намагалися почути про причини воєнних невдач, зрозумілі їй переконливі відповіді на питання, що їх хвилювали – чи була країна економічно та у військовому плані підготовлена до війни; чим пояснити, що німці повсюдно мають перевагу в людях і техніці та ін.⁹

Але на початку війни у відповідь від представників радянської влади вони отримували далекі від реальності пояснення. Самовпевненість та недооцінка противника, характерні для передвоєнного періоду, пропаганда тези про війну на ворожій території, установки на легку перемогу мали місце у пропаганді СРСР і на початку війни. 3 липня 1941 р. І.Сталін заявив про те, що кращі дивізії нацистської Німеччини вже розгромлені, що метою загарбників є «поновлення царату»¹⁰. Із 25 червня 1941 р. всі радянські органи масової інформації почали публікувати повідомлення Радінформбюро, створеного за рішенням політбюро ЦК ВКП(б). Із них не завжди можна було скласти чітке уявлення про масштаби катастрофи, яка охопила країну. Удавана бадьорість та невиправданий оптимізм, прикрашення дійсності, спроби підтримати довоєнні пропагандистські міфи певною мірою дезорієнтували суспільну свідомість. Перекручення й замовчування, що їх допускали у своїх заявах вищі керівники, їх невідповідність дійсності підривали віру в їхню непогрішимість та проникливість, породжували плітки, примушували переосмислювати, здавалось би, непорушні ідеали, цінності тощо. Так, мешканець Києва, робітник О.Лощенко на початку серпня 1941 р. заявляв: «От настали часи так часи. Усе перевернулось вверх дном. Немає нічого ясного, один – в одну сторону, інший – в іншу. Сам уряд розгубився і підозрює один одного у зраді, а Ворошилов гризеться зі Сталіним»¹¹. Мешканець Києва П.Шиндирей з обуренням доводив: «Нашим газетам вірити не можна. Пишуть, що ми завдаємо великих поразок німцям, що фронт проходить у білоцерківському напрямі. У дійсності ж німці під Києвом»¹². «Я не вірю нашим газетам і радіопередачам, які висвітлюють наші перемоги над ворогом тоді, коли німцям здали великі міста – Смоленськ, Кіровоград, скоро здадуть Київ і Москву», – заявляв робітник фабрики «Київ-волокно» В.Левицький¹³.

Можна стверджувати, що на початку війни населення, яке потрапило у трагічні реалії, пов'язані із різким погіршенням рівня життя, загибеллю рідних

та близьких, руйнуваннями, втратою годувальників, що пішли на фронт, переживало соціальну травму, важливою складовою якої була криза духу й довіри до радянської влади.

Особливою була ситуація на західноукраїнських землях, які були приєднані до УРСР лише за два роки до початку війни, і де радянська влада не почувала себе досить впевнено. Люди, які проживали на цій території, звикли до ринкових відносин в економіці. У менталітеті переважної кількості населення – селянства – переважали одноосібно-власницькі настрої, які стали однією з головних перепон на шляху до втілення у життя радянської моделі соціалізму з її великими колективними господарствами й націоналізацією землі. Широке поширення релігійних поглядів було ще однією характерною особливістю духовного життя західноукраїнського населення. Отже, радянізація, котра часто набувала брутальних форм, знайшла тут багато супротивників. Усе це серйозно вплинуло на загальом позитивне ставлення західноукраїнського населення до приходу німецьких військ.

За таких умов широкомасштабні пропагандистські акції гітлерівської Німеччини в окупованих регіонах на початку війни знаходили сприятливий ґрунт. По-перше, ця пропаганда в умовах інформаційної ізоляції окупованого населення викликала природну зацікавленість. По-друге, ідеологічний обробці населення України правлячі кола Німеччини надавали особливого значення, небезпідставно розраховуючи на антирадянські та антибільшовицькі настрої. Так, у директиві для вермахту «Про ставлення військ до українців» зазначалось: «Українці з їх родючою, багатою на корисні копалини землею є цінними союзниками в боротьбі проти більшовизму. Український народ убачає у Німеччині свого визволителя від комуністичного панування і в основній своїй масі налаштований антирадянськи»¹⁴. В інструкції для вермахту наводились історичні паралелі з Першою світовою війною, «коли німецька армія, заклика на народним урядом, уперше вступила в Україну, щоб захистити країну від московського імперіалізму»¹⁵. Німецьким військам роз'яснювалося, що за роки більшовицького панування заможне українське селянство перетворилося на зубожілий сільський пролетаріат і тому більшість місцевого населення вбачає у солдати вермахту, «який через 23 роки після закінчення світової війни знову вступив на українську землю», визволителя від духовного й економічного пригнічення¹⁶. Такі висновки були небезпідставними. Адже на початку війни серед українського населення поряд із патріотичними було достатньо й антирадянських настроїв, про що, наприклад, свідчили спецповідомлення УНКВС по Київській області. «Гітлер переможе. Він знищить цю червону заразу, з обличчя землі зітре. Годі нам це терпіти», – запевняв якийсь Нірод, походженням із дворян¹⁷. «Раніше, [якщо] людина йшла на війну, то вона захищала своє майно, виступала за свою віру, за царя, а тепер у людини все відібрали і вона повинна класти свою голову за наших правителів-бандитів», – журилася жителька Черкаса І.Грушевська¹⁸. «Немає у нашого народу такого настрою, щоб дати відсіч поганому німцю. Багато незадоволених є, особливо серед селян. Дали б землю селянам у власність, як раніше, так знав би він тоді, що захищати. Я думаю, що тут наш уряд здорово проґавив», – пояснював ситуацію колгоспник Ю.Корсак¹⁹.

Про апелювання до національних почуттів населення свідчив той факт, що зі 140 нових газет, котрі почали виходити в окупованих радянських районах дев'ятьма мовами, 60 були українською (німецькою – 7, естонською – 15, латвійською – 21, литовською – 11, польською – 1, білоруською – 6, російською – 18, татарською – 1)²⁰.

Гітлерівська пропаганда використовувала для впливу на населення такі сюжети – вихваляння перемог вермахту та німецького способу життя, критику радянського ладу, пропаганду досягнень нацистської влади і встановленого нею

«нового ладу». Велика увага приділялася зокрема «єврейському» й національному питанню. Так, ураховуючи те, що населення було свідком швидкого просування німецької армії та певною мірою дезорієнтоване в подіях на фронті, гітлерівці вибудовували свою пропаганду так, щоб вона приголомшувала й не давала можливості отямитися, викликала б паніку та зневіру у власних силах. Ворожа пропаганда всіляко підносила перші воєнні успіхи вермахту, переконувала населення окупованих районів у тому, що Червоної армії вже не існує, радянського уряду немає, а СРСР розвалився. Нацисти офіційно повідомляли про взяття міст, до яких їх армія так ніколи і не наблизилася, про втечу Сталіна то у Північну Америку, то в Аргентину, про парад німецьких військ у Ленінграді, вступ їх до Москви тощо²¹. Подібна пропаганда була розрахована на «блискавичну війну» – швидкий розгром Червоної армії й досягнення перемоги ще у 1941 р. Гітлерівці сподівалися, що не встигне ще населення окупованих районів оговтатися, як війну буде вже закінчено і завойовникам нічого буде побоюватися, що їх викриють.

В умовах дефіциту правдивої інформації значну роль у пропагандистській боротьбі відігравали плітки, які поширювали обидві сторони. Так, наприклад, у Богуславському районі Київської області були розповсюджені чутки про те, що під час відступу з Києва Червона армія отруїла воду, у зв'язку з чим там вирує чума. У тому ж районі розкидалися листівки, в яких вказувалося про здачу у полон сина І.Сталіна. «Якщо вже син Сталіна здався в полон, значить, німці переможуть і з ними воювати не слід», – висловлювалися селяни²².

Однак провал бліцкригу, розгром вермахту під Москвою та наступ Червоної армії взимку 1941–1942 рр. сплутали карти нацистських пропагандистів. Від спроби вплинути на населення наскоком вони перейшли до своєрідної облоги – до методичної, щоденної, наполегливої обробки мізків народу. Їм потрібно було переконати населення у тому, що Червона армія ніколи не повернеться і перемога Німеччини близька, отже, слід сприймати новий режим. Ще одним завданням пропаганди було розхвалювання «нового ладу», пояснення тимчасових труднощів і жорстоких заходів щодо населення воєнним станом та небажанням більшовиків припинити «безглуздий опір», діями партизанів і т.п.²³

Намагаючись переконати населення, що «новий лад» – це просто таки рай на землі, окупаційні радіо, газети, журнали в яскравих барвах розписували заможне життя німецьких робітників та селян, найкращу передову промисловість і європейське культурне сільське господарство, заможні міста й села Німеччини. Усе це ілюструвалося великою кількістю фотографій, «твердженнями очевидців», котрі нібито їздили до Німеччини на спеціальні екскурсії та ін. Із цією метою видавався спеціальний журнал «Современная Германия» з прекрасними фотографіями і лаконічними підписами під ними²⁴.

Масованою пропагандою окупаційна влада переслідувала ще одне завдання – вербування молоді на роботу до райху. Відомо, що на певному етапі це відіграло роль – люди їхали туди добровільно. Однак одразу після отримання звісток про «німецький рай», які вміло використовувала радянська контрпропаганда, ці акції перетворилися на примусові, ставши ще одним чинником недовіри до нової влади.

Як уже було зазначено вище, на окупованих територіях видавалася велика кількість газет мовами народів СРСР, було створено низку видавничих центрів. Більшість літератури випускалася в Німеччині. Головним чином це були брошури, плакати, листівки, а також деякі періодичні видання, котрі потребували високої поліграфічної якості (наприклад, ілюстровані, на гарному папері російськомовні журнали «Современная Германия», «Новая жизнь»)²⁵. Нові видавничі центри були створені у Ризі, Смоленську, Мінську, Києві, Харкові та інших містах. Тут друкувалися листівки, газети, брошури, журнали. В усіх оку-

пованих колишніх республіканських, обласних і частині районних центрів було налагоджено друк газет²⁶.

Загальна кількість літератури, яку видавали гітлерівці для населення зайнятих регіонів, була надзвичайно великою. Вона розповсюджувалася не тільки у великих та маленьких містах, а й у селах, старости яких повинні були збирати народ і читати йому повідомлення німецького командування, газети тощо. Спеціальні агітфургони розвозили літературу, у містах її по квартирах розносили активісти національних рухів²⁷.

На чотирьох – восьми сторінках листівок, як правило, друкувалися бесіди на політичні теми – про землю, владу, підсумки війни. Бесіди проводили нацистські агітатори або старости у селах. У містах часто організовувалися лекції та доповіді «втікачів із Москви», «невинно засуджених більшовиками»²⁸.

За допомогою цих заходів нацисти намагалися значні маси населення охопити систематичним впливом своєї пропаганди. Але як гітлерівська Німеччина прорахувалася із планами на блискавичну війну, так і не розрахувала вона довготривалий ідеологічний вплив на окуповане населення. Поступово було налагоджено доволі дієву радянську контрпропаганду, а нацисти опинилися в тій самій ситуації, як колись і попередня влада, – їхні слова розходилися зі справами, пропаганда – з реальним життям за «нового ладу».

Так, наприклад, за «врятування» України від більшовиків гітлерівське командування обіцяло червоноармійцям усіляку підтримку. Однак солдати гинули від голоду у полоні. Під впливом нацистської пропаганди селяни працювали на полях під час найжорстокіших боїв. Вони вірили в обіцянки реформування сільського господарства, але так і не дочекалися проголошення приватної власності. До сіл не надходили обіцяні окупаційною владою товари першої необхідності (тканина, взуття, гас). На збіжжя було встановлено настільки низькі ціни, що не варто було навіть збирати врожай – це коштувало втричі дорожче, ніж селяни отримали б за зерно. Із цієї причини, наприклад, восени 1941 р. на Волині весь хліб осипався²⁹. Робітники та інтелігенція в містах голодували. Заробітна плата була мізерною – від 30 до 80 східних марок. Тоді, як кілограм масла коштував 30, 100 кг картоплі – 100 марок³⁰. Німецька міська адміністрація не тільки не могла забезпечити населення продуктами, а й навіть конфіскувала їх при ввозі останнім до міста.

Зрозуміло, що за таких умов різко знизилась ефективність впливу нацистської пропаганди, особливо щодо прославлення переваг «нового ладу». До цього додавалися причини й суто організаційного характеру.

Самі гітлерівці визнавали суттєві прорахунки у справі маніпулювання свідомістю та настроями населення окупованих районів. Так, вони намагалися використати такий ефективний спосіб поширення інформації, як радіо. Для цього у Берліні й Белграді, у бюро пропаганди, було створено окремі відділи. Спеціально для населення України було підготовлено низку радіопередач українською мовою. Але швидко з'ясувалося, що слухати ці передачі неможливо. Радянська влада свого часу «подбала» про те, щоб позбавити людей можливості вільно слухати радіо – радіоприймачі в населення вилучили, а налаштовані тільки на одну, «радянську», хвилю радіоточки, попри те, що були фактично у кожній міській квартирі, не могли приймати радіопередачі з Берліна та Белграда. Відтак, у бюро пропаганди цих міст було зайнято більше людей, ніж тих, хто мав можливість слухати їхні передачі³¹. Нацисти намагалися де-не-де відновити радіотрансляційну мережу, встановили на ринкових площах та інших людних місцях репродуктори. Як повідомляли радянські спецслужби, «у Києві є радіомовлення, більшість передач по радіо відбувається німецькою мовою і декілька українською. У передачах німці оголошують про відправку робітників до Німеччини, про розповсюдження й спростування деяких пліток. Наприклад,

по радіо передавали: «Хто буде говорити за фронт – розстріл». Передачі дуже сумні. Народ їх не слухає, а зі злобою плює»³². Окупаційна служба безпеки Києва констатувала у своїх звітах, що радіо, як засіб пропаганди, не виправдовує надій³³.

Визнаючи друковану продукцію, зокрема газети, найбільш дієвим засобом впливу на населення, службовці окупаційної адміністрації, проте, відзначали великі прорахунки у цій сфері. Часто-густо, як і в усіх окупаційних органах, нацистська влада намагалася використати для роботи у засобах пропаганди колишніх радянських журналістів, редакторів, діячів культури, які добре знали специфіку читачької аудиторії, володіли методами впливу на неї. До роботи в газетах залучалися національні активісти, які намагалися використати цю нагоду для своєї власної агітації.

Показова у цьому плані історія центральної окупаційної київської газети «Українське слово». Залучивши до її випуску київських націоналістів, окупаційна влада згодом про це пошкодувала. На шпальтах видання з'явилися статті, присвячені організації національного уряду, ролі України у захисті західної культури від «навали азійських варварів та московських більшовиків». Робилися висновки, що Україна заслуговує зайняти належне місце у «новій Європі», а її корінні мешканці майже «однієї арійської крові і повинні йти в ногу з німцями проти росіян, які протягом 300 років гнобили українців»³⁴.

Подібну самодіяльність окупаційна влада оцінила вкрай негативно. Тож у лютому 1942 р. співробітників редакції газети було заарештовано. За кілька днів вона вийшла під назвою «Нове українське слово», а в передовиці повідомлялося про розстріл п'ятнадцяти «жидо-більшовиків», які «пробралися» до редакції старої газети. Новим редактором видання став професор, доктор історичних наук із Київського державного університету К.Штепа³⁵.

Зрозуміло, що ці події далеко неоднозначно сприймалися місцевим населенням, породжуючи побоювання та недовіру до нової влади, з якою, виявляється, дуже небезпечно співпрацювати.

Для нацистів «чистки» редакцій газет позитивного результату не дали. Як свідчила служба безпеки, «більшістю українських газет керують люди, добре налаштовані до росіян (русофіли). Ця обставина має небезпечну можливість російського впливу на маси. Ці керівники мають плюс за те, що вони погані націоналісти, але мінус за те, що вони добрі росіяни. І через цих осіб німці звертаються у Києві до народу»³⁶. Як бачимо, незважаючи на загравання з національними колами, намагання розпалити ворожнечу між українцями і росіянами, окупаційна влада не довіряла ані тим, ані іншим. Виходом із цієї ситуації була спроба підготовки всіх пропагандистських матеріалів власними силами, але нерозуміння менталітету, світогляду, свідомості радянського народу призводило або до нульового результату, або взагалі до зворотної дії. «Німецька пропаганда виражається тільки у великій кількості слів, а про її ідейність немає мови, – визнавали самі нацистські експерти. – Дуже прикро дивитися на це. Якщо і з'явиться яка-небудь ідеологічна стаття, то її зміст населенню зовсім чужий»³⁷.

Так, у газеті «Українське слово» від 20 грудня 1941 р. було опубліковано статтю О.Гефнера «Живі та мертві думки про Європу». Однак перед війною радянське населення, перебуваючи фактично в ізолюваному інформаційному просторі, не мало можливості орієнтуватися в особливостях політичного устрою країн континенту, у соціально-політичних, фінансових та економічних питаннях. Відтак, ця стаття могла тільки інформувати, а не, як сподівався автор, поширювати політичну пропаганду. І подібних прикладів можна навести багато. Окупаційна влада визнавала, що пропаганда подеколи сама «виковує зброю проти себе»³⁸.

В аналітичних довідках нацистських спецслужб детально розбиралися статті газети «Нове українське слово», яка вважалася найбільш авторитетною, взірцем

для решти, зокрема районних, видань. Але вміщені у газеті статті на політичні теми замість того, щоби «правильно орієнтувати» населення, навпаки, викликали обурення, особливо серед національно свідомої інтелігенції, яка спочатку ставилася до нової влади вповні лояльно. Так, читачам розповідалося, що селяни України в давні часи були слов'янами, а місцеві аристократи – німцями. Козаки були «негативним елементом», І.Мазепа та інші гетьмани були не державними діячами, а лише військовими командирами. Імператриця Катерина II, німкеня за походженням, «дуже дбала про Україну». Український націоналізм вважався «нездоровим явищем», яке «не відповідає потребам життя та шкідливе для народу». «Тому зараз не час думати про долю своєї країни, а потрібно думати про німецькі накази, а краще взагалі не думати, а працювати і працювати», – утворювалося населенню у статті «Націоналістична романтика»³⁹.

Після подібних публікацій українські національні кола дедалі більше переконувалися, що німецька влада взагалі все відкидає – більшовизм, капіталізм та й, урешті-решт, націоналізм. І нічого, окрім праці на користь «нового ладу», вона не пропонує – ані про школи, ані про культуру не йшлося. Зрозуміло, що подібне ставлення, принижуючи почуття людської гідності, налаштовувало населення проти окупантів та їхньої пропаганди.

Ось як описує реакцію місцевого населення на окупаційні газети безпосередній свідок тих подій Д.Гуменна: «Газета! Її хапають, жадібно читають, але одночасно і розчаровуються. Нічого в ній на запити й сподівання оцих усіх нема, а все майже те саме, що від кожного почуєш. ... Писалося ще про Київську Русь, вікінгів-варягів і князів – хоробрих завойовників, а це київську публіку у ці дні мало проймало. Точилися вже інші розмови... Кияни хотіли знати, які будуть порядки, що це воно за націонал-соціалізм, як буде з мешканцями, з крмниціями, з колгоспами. Хто в уряді?»⁴⁰.

Відомо, що однією з причин лояльного, а іноді й прихильного ставлення до нацистів були сподівання певних українських кіл на національне будівництво («з німецькими військами йде організований український уряд», «на Україні буде влада Української народної ради на чолі з Левицьким»⁴¹). Однак ці надії були швидко розвіяні окупаційною владою, у чому не останню роль відіграла й гітлерівська пропаганда. Прикладом може служити історія з тією ж газетою «Українське слово». Отже, певна частина населення позбулася симпатій до нової влади через обмануті національні очікування.

Що стосується інформаційних матеріалів, особливо повідомлень із фронтів, то і тут ворожа пропаганда програвала. Керівники окупаційних періодичних видань, побоюючись брати на себе ініціативу в подачі будь-якого матеріалу, дотримувалися тільки офіційних нацистських джерел: повідомлень Берлінського радіо, Німецького інформаційного бюро та відповідних газет. Однак, наприклад, радіо «Вексель-Варшава», яке транслювало передачі українською і російською мовами і порівняно з берлінськими засобами запізнювалося з інформацією на добу, часто взагалі подавало неправдиву інформацію. Такими, наприклад, були повідомлення про перевороти у Монголії й Туві, про тяжку хворобу І.Сталіна, арешти К.Ворошилова, С.Будьонного і С.Тимошенка. Попервах ця інформація викликала серед населення величезний інтерес, проте згодом з'ясовувалося, що німецькі газети брешуть не менше, ніж радянські⁴².

Негативне враження на населення справляла безграмотність повідомлень Німецького інформаційного бюро. Недбалій переклад німецьких статей українською мовою і брак якісного мовного редагування призводили до немислимих як для радянських людей помилок у промовах керівників райху – А.Гітлера, Й.Гіббельса та ін. Крім того, часто західноукраїнський діалект інформаційного і пропагандистського матеріалу робив його неприйнятним для населення східних і південних регіонів окупованої України⁴³.

Повною мірою не використовувалися нацистами і великі потенційні можливості усної пропаганди, що справляла великий вплив на населення за радянських часів. Незважаючи на те, що в окупованих регіонах діяло багато просвітницьких організацій та закладів, зокрема «Просвіти», не робилися докладні доповіді або повідомлення про стан на фронтах й у тилу, заходи гітлерівської адміністрації, райх, місцеві справи, культуру й працю німецьких робітників⁴⁴.

У своїх пропагандистських акціях окупанти намагалися використати і кіно, яке спочатку викликало великий інтерес у населення. Проте демонстрація кінострічок сумнівного змісту і якості за відсутності справної кіноапаратури лише викликала зворотний ефект. Між собою люди говорили, що навіть під час «російського панування таких жалюгідних фільмів не бачили»⁴⁵.

І все ж таки, незважаючи на суттєві прорахунки нацистської пропаганди, вона справляла доволі значний вплив на населення окупованих областей України. Визнавали це й радянські спецслужби: «Відзначаються факти, коли окремі радянські активісти під впливом систематичної антирадянської агітації переходять до табору ворога»⁴⁶. Дослідити в кількісному вимірі вплив на духовне життя населення України ворожої ідеології й пропаганди доволі складно. При цьому можна виходити з приблизних даних щодо загальної кількості громадян, які служили у гітлерівських військах, допоміжних службах, цивільних окупаційних органах. За різними оцінками, ідеться про 1,5–2 млн осіб. Стосовно загальної кількості українців у підрозділах вермахту та військах СС дослідниця В.Шайкан оперує цифрою не менше 205 тис. 810 вояків, що становить 22,9% від загальної кількості відповідних формувань представників народів СРСР (899 366 осіб)⁴⁷. Але якщо учасників військових підрозділів ще можна підрахувати, то всіх, хто співпрацював або співчував нацистам, піддавшись їх психологічній обробці, виявити неможливо. Можна тільки припускати, що фактично не було людини, котра б не відчула на собі впливу ідеологічної машини гітлерівської Німеччини. Ефективність його була більшою на початку війни й у Західній Україні. Головною причиною провалу нацистської пропаганди стало її розуче розходження з дійсністю. Репресії, терор, переслідування та масові знищення євреїв, примусова мобілізація молоді до Німеччини, публічні езекуції, нещадна експлуатація робітників і селян, принизливе ставлення до населення не могла перекрити навіть найдосконаліша пропаганда. Професор Терещенко, який за німців виконував обов'язки ректора Харківського політехнічного інституту, висловив думку більшості населення України: «У результаті гітлерівського господарювання кожен відчув, що таке радянська влада. У нас по місту ходила фраза: «Те, що не вдалося зробити товаришу Сталіну за 24 роки, вдалося зробити Гітлеру за один рік»⁴⁸.

Таким чином, механізми, технології та засоби ідеологічно-психологічної обробки українського народу були з формального погляду досконаліми, розроблялися нацистською владою заздалегідь, мали конкретну спрямованість на різні категорії цивільного населення – селян, інтелігенцію, робітників, національні кола. Але, незважаючи на корегування пропагандистських акцій протягом періоду окупації, не враховувались, а подекуди й ігнорувались особливості менталітету і духовного життя народу, який, опинившись у стані соціальної катастрофи, віднайшов сили протистояти духовному підкоренню.

¹ Зальцман Р. Пропаганда как оружие в войне // Итоги Второй мировой войны. Выводы побежденных. – Санкт-Петербург, 1998 (<http://www.dere.com.ua/library/other/www.kiev-security.org.ua>).

² Орлов Ю. Крах немецко-фашистской пропаганды. – Москва, 1985; Кондакова Н.И. Идеологическая победа над фашизмом 1941–1945 гг. – Москва, 1982.

³ Червінський С. Провал нацистської пропаганди в Україні (1943–1944 рр.) // Історичний журнал. – 2003. – №2. – С.54–58.

- ⁴ Комаров Д.Е. Пресса германских властей на оккупированной территории СССР // Отечественные архивы. – 2005. – №5. – С.44–52.
- ⁵ Романко О. Немецкая пропаганда в Крыму (1941–1944): органы, структура и деятельность // Ялта: 1945–2000: Проблемы международной безопасности на пороге нового столетия: Междунар. научн. симпозиум: Материалы. – Симферополь, 2001. – С.39–79; 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: Мат. Всеукр. наук. конф. – К., 2005. – С.165–171; Його ж. Діяльність батальйону У щодо організації роботи періодичних видань на окупованій території України (1941–1944 рр.) // Українська періодика: Історія і сучасність: Доп. і повід. IX Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 28–29 жовтня 2005 р. – Л., 2005. – С.220–223.
- ⁶ Михайлюк М.В. Агітаційно-пропагандистська діяльність органів німецької окупаційної влади серед населення України (1941–1944 рр.): Автореф. дис. канд. іст. наук. – К., 2006; Його ж. Нацистська пропаганда в окупованому Києві // Укр. іст. журн. – 2006. – №1. – С.131–144; Його ж. Нацистська кінопропаганда в окупованій Україні // Український історичний збірник. – К., 2005. – Вип.8. – С.287–298.
- ⁷ Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). – Минск, 1999. – С.120.
- ⁸ Рисс К. Геббельс. Адвокат дьявола. – Москва, 1999. – С.240.
- ⁹ Российский государственный архив социально-политической истории (далі – РГАСПИ). – Ф.17. – Оп.88. – Д.41. – Л.18.
- ¹⁰ Сталин И.В. О Великой Отечественной войне Советского Союза. – 5-е изд. – Москва, 1952. – С.9, 13.
- ¹¹ Київ у дні нацистської навали. За документами радянських спецслужб. – К; Л., 2003. – С.145.
- ¹² Там само. – С.151.
- ¹³ Там само. – С.166.
- ¹⁴ РГАСПИ. – Ф.17. – Оп.125. – Д.96. – Л.168 об.
- ¹⁵ Там же.
- ¹⁶ Там же. – Л.168–168 об.
- ¹⁷ Київ у дні нацистської навали. – С.141.
- ¹⁸ Там само.
- ¹⁹ Там само. – С.146.
- ²⁰ РГАСПИ. – Ф.17. – Оп.125. – Д.167. – Л.9.
- ²¹ Там же. – Д.136. – Л.72.
- ²² Там же. – Д.52. – Л.36.
- ²³ Там же. – Д.126. – Л.8.
- ²⁴ Там же; Київ у дні нацистської навали. – С.240.
- ²⁵ РГАСПИ. – Ф.17. – Оп.125. – Д.136. – Л.72 об.
- ²⁶ Там же.
- ²⁷ Там же. – Л.73.
- ²⁸ Там же.
- ²⁹ Центральний державний архів громадських об'єднань України (далі – ЦДАГОУ). – Ф.57. – Оп.4. – Спр.132. – Арк.37.
- ³⁰ Там само. – Арк.38.
- ³¹ Там само. – Арк.33.
- ³² Київ у дні нацистської навали. – С.270.
- ³³ ЦДАГОУ. – Ф.57. – Оп.4. – Спр.132. – Арк.33.
- ³⁴ Київ у дні нацистської навали. – С.320.
- ³⁵ Там само. – С.320–321.
- ³⁶ ЦДАГОУ. – Ф.57. – Оп.4. – Спр.132. – Арк.35.
- ³⁷ Там само.
- ³⁸ Там само.
- ³⁹ Там само. – Арк.43–44.
- ⁴⁰ Цит. за: Михайлюк М.В. Нацистська пропаганда в окупованому Києві. – С.132.
- ⁴¹ Київ у дні нацистської навали. – С.154.
- ⁴² ЦДАГОУ. – Ф.57. – Оп.4. – Спр.132. – Арк.57.
- ⁴³ Там само. – Арк.58.

⁴⁴ Там само. – Арк.59.

⁴⁵ Там само. – Арк.47.

⁴⁶ РГАСПИ. – Ф.17. – Оп.125. – Д.52. – Л.40.

⁴⁷ Шайкан В.О. Колабораціонізм на території рейхскомісаріату «Україна» та військової зони в період Другої світової війни. – Кривий Ріг, 2005. – С.240, 242, 245.

⁴⁸ РГАСПИ. – Ф.17. – Оп.125. – Д.181. – Л.51.

The results of influence Nazi propaganda of spiritual life of Ukrainian people are unmasked in the article. Mechanism and means of ideological and psychological treatment of different categories of civil population are determined there. Reasons of failure propaganda actions of Nazi power are analyzed.

Д.В.Веденєєв, О.Є.Лисенко*

ОРГАНІЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ НАЦІОНАЛІСТІВ І ЗАРУБІЖНІ СПЕЦСЛУЖБИ (1920–1950-ті рр.)

У статті характеризуються контакти ОУН і С.Бандери з дипломатичними й спеціальними службами інших держав. Аналізуються передумови, форми співпраці оунівської служби безпеки та спецслужб різних країн у руслі реалізації військово-політичної стратегії українських самостійницьких сил.

У портретній галереї постатей, котрі відіграли помітну роль в історії України, особливе місце займає провідник ОУН Степан Бандера. Довкола цієї контраверсійної постаті й донині точаться гострі суперечки, що супроводжуються розмаїттям оцінок: від різко негативних до суцільно апологетичних. Оскільки ще зовсім недавно С.Бандера був «персоною нон-грата» вітчизняної історіографії, теперішнє зацікавлення його біографією цілком виправдане.

Разом із тим сучасне українське суспільство в основній своїй масі залишається недостатньо готовим до спокійного, не заполітизованого обговорення таких тем, неупереджених характеристик, відмови від стереотипів й ідеологічних ярликів. Історична наука постала перед необхідністю обрання відповідних методологічних підходів, відчуваючи при цьому значний тиск із боку різних політичних груп. Характеризуючи ситуацію у цілому, німецький філософ Г.-Г.Гадамер зазначав: «Становище гуманітарних наук у масову епоху особливо хистке, у наскрізь організованому суспільстві кожна група інтересів спрацьовує залежно від своєї економічної й соціальної влади. І наукове дослідження вона оцінює за тим, наскільки його результати вигідні чи шкідливі їй як владі... Тиск інтересів економіки та суспільства – це тягар для науки... Так, наприклад, зацікавленість батьківщини в описі історії може стати особливо сучасною. Наскільки сильно диференціюється одна й та сама історична подія (курсив наш – Авт.) серед серйозних дослідників різної національності, загальновідомо. Це відбувається не через оцінку дії, а через внутрішню належність, яка задає точку зору. Однак подібні речі легко змінюються, тому й прагнуть стати на точку зору, вигідну громадськості»¹.

Оскільки в українському суспільстві існують різні (часто діаметрально протилежні) оцінки феномена українського самостійницького руху у цілому і С.Бандери зокрема, дослідники приречені на те, щоб, врешті-решт, довіритися

* Веденєєв Дмитро Валерійович – д-р іст. наук, професор, завідувач кафедри оперативного мистецтва та історії спецслужб Національної академії Служби безпеки України; Лисенко Олександр Євгенович – д-р іст. наук, професор, завідувач відділу історії України періоду Другої світової війни Інституту історії України НАНУ.