

правдивой передачи социальных реалий жизни, показывает высокое исполнительское мастерство артистов, талант режиссеров, художников, преданность театра национальной украинской тематике.

Kuzmenko V. V.

Zaporizhzhia Ukrainian National Music and Drama Theatre: the past and the present

The article traces the process of formation and development of Zaporizhzhia Ukrainian National Music and Drama Theatre. The article puts emphasis on the troupe's search of new subjects and forms to reflect portray modern social phenomena. The attention is given to the actors' skills, producers' and artists' talent, the troupe devotion to Ukraine subject matter.

Катрич В. П., Спудка І. М.

НАЦИСТСЬКА ПРОПАГАНДА ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ У КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

Питання проведення нацистської пропаганди в Україні не є новим і порушувалося українськими істориками ще на початку 1990-х років. Проте, на жаль, належного ґрунтовного дослідження не отримало, якщо не враховувати окремі згадки про форми та методи агітаційно-пропагандистської кампанії нацистів у статтях вітчизняних дослідників. Питання функціонування німецьких пропагандистських структур та окупаційних видань на Сході України, що входив до зони військової адміністрації порушувалися в роботах Д. М. Титаренка [1]. Особливості організації та специфіка функцій центрального керівництва, компетенція окупаційної адміністрації у сфері психологічної війни, обов'язки відділів пропаганди органів місцевого управління та інші питання з даної проблематики досліджено в дисертаційному дослідженні М. В. Михайлюк [2]. Деякі аспекти зазначеної теми порушено в монографії І. Івлєва та А. Юдепкова [3], а також в публікаціях М. Ковалюк [4], І. Верби [5], Д. Малакова [6] та ін. Незважаючи на окремі зрушення в даній тематичній ніші, це питання залишається актуальним, малодослідженим і перспективним напрямом у системі академічного студіювання.

Невід'ємною складовою будь-якого протистояння двох різних конкуруючих політичних систем є ідеологічна боротьба. Як відомо, головним засобом ідеологічної боротьби можна вважати пропагандистську діяльність. Особлива увага приділялася пропаганді і в період війни. Нацисти, які прийшли до влади, не в останню чергу, завдяки вдалій політичній риториці, були визнаними майстрами демагогії. Тобто, коли зіткнулися дві найбільші тоталітарні імперії того часу, ідеологічна боротьба вже розпочалася і в період війни набула нових форм. В цьому напрямку є досить цікавою для вивчення пропагандистська діяльність нацистів на окупованій території.

Окупаційна влада у своїх інтересах використовувала засоби масової інформації та кіно як вагомий пропагандистський методи впливу на населення окупованих територій. При кожній міській управі створювалися відділи пропаганди. Метою цих відділів було розширення національної свідомості окупованого населення, популяризація серед нього

любви до культури німецького народу та його керівництва, який «звільнив населення і цілу Європу від більшовизму». Схема та напрямок роботи відділів пропаганди при міських управах була майже однаковою: нагляд за репертуаром усіх українських театрів, кіно, концертів, мюзик-холів, що відновили свою діяльність; контроль всієї клубної роботи, створеними українськими організаціями і відповідне їй спрямування; узгодження всіх прилюдних доповідей, лекцій, рефератів та інших виступів українських організацій або окремих осіб; керівництво українським радіомовленням; нагляд та контроль за українськими торговельними закладами, що розповсюджували книжки і друковані твори; здійснення контролю за діяльністю українських публічних бібліотек, а також відомчих бібліотек, які належали українським установам та організаціям [7, спр. 6, арк. 7]. При відділах пропаганди створювалися так звані підвідділи наочної пропаганди, що займалися відбором активних пропагандистів та організацією мережі пропагандистських образотворчих осередків по районах [7, спр. 6, арк. 1].

У повідомленні СД м. Києва від лютого 1942 р. знаходимо відомості щодо німецької пропаганди в Україні за чотирма напрямками. Перший напрямок — це радіо. Населення більшої частини окупованої території не мало змоги слухати передачі, що транслювалися з Берліну та Белгороду українською мовою у зв'язку з відсутністю радіоприймачів. А гучномовці, що знаходилися майже в кожній квартирі, могли передавати ці передачі, тільки з міст, як Київ, Житомир і Біла Церква. Окупаційна влада була не задоволена радіо-пропагандою, тому що остання не в змозі була виконувати саме пропагандистську роботу серед населення і була не ефективною.

Другим напрямком були «веселі газети» вермахту, що редагувалися у Берліні. Ілюстрації на сторінках газет зображували становище на фронті, дружній прийом німецьких військ населенням окупованих областей, агітували населення їхати працювати до Німеччини, показували життя німецьких робочих та селян.

Третій напрямок — кінопропаганда. На той час вона була недостатньо розповсюдженою, але, за повідомленням СД «фільми справляють позитивний вплив на населення. Комедії та драми сприймаються із задоволенням, бо вони показують переваги європейського життя в Німеччині».

Останнім четвертим напрямком була преса, що вважалася одним з найважливіших методів пропаганди. Газети випускалися українською мовою, редагувалися та друкувалися в окремих містах. Вони посідали у секторі пропаганди головне місце та були найбільш розповсюдженими серед населення, тому що зміст, який вміщали в них матеріали показували внутрішнє життя місцевого населення. Серед керівників видавництва окупанти хотіли бачити людей, «добре налаштованих до росіян», тому що, по-перше «вони не були націоналістами», по-друге — «вони можуть впливати на маси» [8, спр. 132, арк. 33 — 35].

Не дивлячись на, здавалося б, всеохоплюючий характер пропаганди, і контроль за всіма засобами масової інформації, пропаганда була не достатньо ефективною. Підтвердження цьому знаходимо в оперативному зведенні від 17 червня 1942 р., в якому знаходяться відомості щодо неефективності німецької пропаганди на окупованій території. Неефективність німецької пропаганди пояснювалася, по-перше, існуванням на окупованій території радянської пропаганди, яка негативно впливала на відношення населення до німців, по-друге, в німецькій пропаганді була майже відсутня антибільшовицька тематика. Для виправлення такого становища, була висловлена пропозиція щодо проведення пояснювальної роботи серед населення [9, спр. 38, арк. 5].

Неодноразово нацистське керівництво видавало розпорядження та різноманітні директиви щодо використання пропаганди на окупованій території.

Так, наприклад, у директиві від 10 листопада 1942 р. «Про роботу преси і пропаганди на Україні» були вказані основні принципи, на яких повинна була будуватися пропагандистська робота. По-перше — формування ненависті до великоросійської ідеї, проти якої Україна вела боротьбу з часів Б. Хмельницького, а потім разом з Карлом XII, і особливо до більшовизму, що «довів країну до повної убогості». По-друге, населенню треба було пояснити, що, у зв'язку з ситуацією, яка склалася в Україні протягом 20-річного панування більшовиків, на швидкі зміни сподіватися не треба. По-третє, рішення фюрера щодо розв'язання українського питання буде прийнято лише після того, коли А. Гітлер з'ясує ситуацію, пов'язану зі ставленням та поведінкою самих українців в війні [9, спр. 180, арк. 140].

Преса і пропагандистська робота в окупованих східних областях повинна була доводити до населення інформацію про могутність і силу рейху, а також підкреслювати «гасло звільнення від більшовизму «Праця і ще раз праця» [9, спр. 38, арк. 116].

Також розроблялися окремі директиви щодо трактування українського питання в пресі, що складалися з 5 основних тез:

1. Німці повернуться. Цю тезу необхідно було перетворити на догмат віри.
2. Оскільки Україна відноситься до Європи, то український народ буде існувати лише у тому випадку, якщо він буде належати Європі, і захист Європи — це отримання старої батьківщини. У такий спосіб нацисти намагалися апелювати до національного почуття власної гідності.
3. Німеччина принесла українському народові життя, свободу, порядок, власну землю і хліб. При цьому необхідно було підкреслювати, що встановлений німецький аграрний порядок 1942 р. і декларація про власність 1943 р. поступово ліквідує колгоспну систему і розчистить шлях до приватної власності на землю; забезпечить український народ продовольством; надасть свободу віросповідання; покращить суспільне життя в військовій, економічній, транспортній та інших галузях.
4. Після повторного завоювання України — повернення евакуйованого на Батьківщину.
5. Використання усіх сил українського народу [9, спр. 182, арк. 67 — 68].

Відповідно до таємного циркуляру рейхскомісара України генерал-комісарам Брест-Литовська, Житомира, Києва, Миколаєва, Дніпропетровська від 18 лютого 1942 р. «Про українські газети і журнали, які друкуються в окупованих областях України» метою української преси, що виходила українською та російською мовами, було розповсюдження та пропагування політичних намірів рейхскомісара України серед місцевого населення. Затверджувався такий зміст газет:

- а) політичні і військові повідомлення (повідомлення «Німецького бюро повідомлень» та «Українська кореспонденція», новини німецького радіо, імперської кореспонденції, а також повідомлення генералкомісарів);
 - б) місцеві повідомлення;
 - в) статті, заклики до роботи і порядку з наведенням відповідних аргументів про політичний, військовий і господарський стан;
 - г) статті з викладом і коментарями оголошень місцевих газет;
 - д) передрук статей з «Німецько-української газети» та інших німецьких газет та журналів;
 - ж) художній відділ (розповіді, роздуми, інтерв'ю про культуру та інше), але за умови, якщо у газеті або журналі знайдеться для цього відділу вільне місце.
- Була розроблена також інструкція щодо встановлення нагляду і контролю за німецькими газетами і журналами, які друкувалися в РУ. Ця інструкція складалася з 10 пунктів, а саме:

1. Військові повідомлення (в широкому розумінні) необхідно було тільки передруковувати з офіційних німецьких видань, а не писати самостійно. Якщо відбулася видатна подія місцевого рівня, то газета повинна була заздалегідь попереджати про це цензорів і тільки після схвалення німецькою військовою цензурою, газета надавала інформацію про подію. Заборонялося друкувати статті, пов'язані з підприємствами оборонного значення;

2. Не допускалася будь-як критика німецького цивільного управління;

3. Головною темою українських газет повинна бути тема боротьби за долю всієї Європи і перше місце займали питання політичної і господарської відбудови в загальноєвропейському масштабі;

4. Тема української історії повинна була поступатися важливим питанням сучасності. «Якщо в газеті будуть розташовані будь-які історичні факти, то вони повинні бути далекими від політики»;

5 — 9. наголошував на порядку розміщення в газетах релігійних статей, статей про освіту, мистецтво та ін.

10. Обов'язковим для українських газет було підкреслення значення німецького управління для України після більшовицької влади. Кожний рядок повинен був наголошувати на великій місії фюрера у справі створення нової Європи. Перед редакторами газет ставилося завдання засвоїти, що майбутнє України залежить від поведінки українського населення [10, спр. 60, арк. 1 — 4].

На прикладі газети «Нове українське слово» можна простежити виконання директив нацистського керівництва. 14 грудня 1941 р. редакцію київської газети «Нове українське слово» («НУС») очолив К. Штепа, який за часів окупації обіймав і посаду завідуючого відділом культури й освіти київської міської управи, і ректора Київського університету й одночасно посаду директора Архіву стародавніх документів. К. Штепа зібрав навколо себе потужний колектив науковців, переважно з колег і друзів зі «здоровим політичним мисленням» проницевої орієнтації. В редакції працювали літературознавець професор Б. Якубський, доктор германської філології, професор І. Шаровольський, історики О. Кіктев і П. Білик, мовознавець професор П. Пелех, мистецтвознавець професор С. Гіляров та ін. Останній протягом 1941 — 1942 рр. підготував і опублікував у газеті велику кількість матеріалів, присвячених видатним мистецьким діячам Німеччини, серед яких виділяються наступні: «Йоган Готфрід Шедель — німецький архітектор» («НУС» за 25. 12. 1941); «Карл Фрідріх Шинкель — німецький архітектор» («НУС» за 14. 01. 1942); «Адольф Мендель — німецький живописець і графік» («НУС» за 25. 01. 1942); «Макс Клінгер — німецький художник» («НУС» за 27. 02. 1942).

Головною метою цієї газети була пропаганда воєнної могутності й культурно-виховної місії Третього рейху, а також антирадянська та антисемітська тематична спрямованість більшості публікацій.

Основними рубриками «НУС» були наступні: повідомлення з резиденції фюрера щодо ситуації на фронтах; «В останню хвилину» (міжнародна хроніка); «Політичний огляд» (дипломатичні відносини); «Листи німецьких вояків» (листи фронтовиків антирадянського змісту); міська тематика (життя окупованого Києва); «По Україні» (стан промислового, сільського і комунального господарства в українських містах та селах за умов окупації); «На увагу викладачів» (про творчість видатних українських письменників); «З блокнота журналіста» (замальовки німецьких красивидів); реклама та оголошення.

У газеті також публікувалися фейлетони і сатиричні карикатури, здебільшого антирадянського спрямування [11, с. 135].

Джерелами постачання матеріалу був філіал німецького інформаційного бюро «Дойчес Нахріхтен Бюро», що знаходився в Рівному, а також повідомлення берлінського радіо та

радіо «Вейксель-Варшава», що вели передачі українською та російською мовами спеціально для східних окупованих територій. Крім того, часопис використовував матеріал німецьких газет «Дойче Альгемайне Цайтунг», «Дойче-Україне-Цайтунг», «Ост Фронт» та ін.

Про загальну тематичну спрямованість газети «Нове українське слово» можна дізнатись у звіті начальника поліції безпеки та СД в Києві за березень-квітень 1942 р. У ньому він доповідав, що газета «Нове українське слово» та її російськомовний додаток «Последние новости» у зв'язку з нестачею паперу змушена була зменшити свій формат, а це позбавляло можливості серйозно впливати на суспільну думку через пресу. Що ж до політичної пропаганди, то автор звіту констатує факт передруку переважно офіційних повідомлень з німецької преси. Культурна частина, згідно з інструкцією цивільного управління, була дуже обмежена. Повідомлення про діяльність саботажників, партизанів та інших «шкідників», а також про вербування сільськогосподарських робітників на роботи до Німеччини впливали на населення, на думку доповідача, з очікуваним результатом. «Усі інші завдання пропаганди, як висвітлення теперішньої Німеччини, популяризація її культури та соціальної політики, доступні лише малій кількості людей». Начальник поліції безпеки та СД наголошував на створенні відповідних умов для покращення пропагандистської роботи газетних видань, а саме: «розширення та поглиблення джерел інформації, особливо тих джерел, що відносяться до життя та роботи у Німеччині, а також свобода вибору, що стосується критики більшовизму, звернення до шкідливих політичних намагань та течій». Проте, він був невдоволений тим, що "через відсутність політичної лінії, газета становить собою досить сумну картину ..." [8, спр. 132, арк. 66].

З 22 грудня 1941 р. почало виходити російськомовне щотижневий видання, як додаток до «НУСа». Рубрики цієї газети практично дублювали україномовний матеріал «НУСа». Але вона відрізнялася від «НУСа» наявністю власних рубрик, таких як: «Науковий блокнот»; «Блокнот натураліста» (про атмосферні явища); «Блокнот астронома» (про зірки сонячної системи); огляд Латиноамериканських країн; «З історії нової техніки» (про винайдення різних видів зброї); «Наука і техніка» (про різні технічні пристрої, зокрема, спектрогеліограф); «З історії японської культури» та інші.

Загальна тематика не відрізнялася від публікацій у «НУСі». Переважна більшість матеріалу була пронімецького і антирадянського змісту. У газеті друкувалися промови А. Гітлера, Г. Герінга і Й. Геббельса з фотографіями нацистських керівників. Велика увага в ній приділялася соціально-економічній та політичній ситуації в країнах антигітлерівської коаліції, з додаванням карикатур на Ф. Рузвельта і У. Черчіля. У кожному номері «Последних новостей» публікувався матеріал антисемітського змісту.

На відміну від заполітизованих та ідеологізованих публікацій в «НУСі», «Последние новости» більше уваги приділяли історичній тематиці, що, напевно, було пов'язане з відповідною освітою членів редколегії. Читачі мали змогу дізнатись про історію країн Європи та Америки, а також України, зокрема, Києва [11, с. 137].

На сторінках преси, яка виходила на окупованій території, були вміщені історичні, етнографічні, культурологічні та економіко-географічні публікації українознавчого спрямування. Значна увага приділялась актуальним проблемам української історії та етнографії, а саме: історії Київської Русі, періоду козаччини, доби національно-визвольного руху 1917 – 1920 рр. Багато матеріалів присвячувалося життю України за часів Радянської влади. Великий комплекс становили статті, присвячені історії та перспективам взаємодій України та Німеччини, які мали тенденційний характер, що обумовлювалося впливом німецької цензури, котра здійснювалася над виданнями. Ідея провідної ролі Німеччини в усіх сферах соціально-економічного, політичного, культурного життя була лейтмотивом більшості статей. Населення заклиалося до тісної співпраці з нацистською

окупаційною владою у вигляді виразу «вдячності» за «звільнення» від більшовицької влади [1, с. 258].

Поза увагою окупантів не залишалося і сільське населення. Для них була спеціально розроблена аграрна програма, що мала також висвітлюватися на шпальтах преси і носити пропагандистський характер. Основними питаннями, що розглядалися в пресі окупованих областей були: общинне господарство або одноосібне? Чи буде ліквідоване общинне господарство? Чи будуть землі общинних господарств поділені між селянами?

Сутність цієї програми полягала в збільшенні присадибних ділянок, перетворенні общинних господарств на земельні товариства, створенні одноосібних господарств, тобто у переході від колгоспного до індивідуального землекористування.

Пропаганда до цього часу працювала у напрямку демонстрації населенню окупованих територій того, що Німеччина дала їм для виробничої допомоги (худобу, машини, добрива, пальне, насіння). Тепер пропаганда мала говорити про те, що Німеччина може висувати обґрунтовані вимоги до цих областей. У галузі сільського господарства це мало відбуватися таким чином: німці повертають, відібрану більшовиками, селянам землю. За це селяни були зобов'язані віддавати частину своєї продукції, тобто сплачувати натуральний податок на землю. Пропаганда мала особливо підкреслювати той факт, що більша частина виготовленої продукції залишалася б у виробника. Тобто у селян був стимул для збільшення продуктивності своєї праці [12, спр. 144, арк. 23 – 39].

В архівних документах також зустрічаються матеріали та документи, в яких представники окупаційної влади самі аналізують позитивні та негативні риси своєї пропагандистської роботи на окупованій території. Так, начальник контррозвідки Житомира у звіті, датованому 22 жовтня 1942 р. проаналізував систему пропагандистських заходів на підвладній йому території, яка у своїй діяльності пройшла три етапи:

1. від початку походу в 1941 р. до середини 1942 р.;
2. від середини до кінця 1942 р.;
3. 1943 р.

На першому етапі поразка більшовицької армії підірвала віру у більшовиків навіть у їх прихильників. Населення, яке було «звільнене від більшовицького рабства жадає викоренення всіх основ більшовицького порядку в моральному та матеріальному відношенні». Населення сподівалося на «нове, вільне, побудоване на кращому фундаменті життя». Німецька пропаганда на цьому етапі не мала відповідних запаль про країну, її традиції та звичаї, а також характерні особливості населення. У своїй пропаганді німці користувалися великодержавними масштабами і забували, що Німеччина і Україна — це два різних світи. Відправною точкою цих помилок було твердження, що українці не мають власної культури. Насправді ж в Україні була культура, але вона дуже відрізнялась від культури німців. Замість розв'язання актуальних для того часу питань, що постали після захоплення території, розпочався пропагандистський похід проти Сталіна та його посіпак. Заклики пропагандистів лишилися тільки на папері і нічим не відрізнялися від звичайних розпоряджень влади. У багатьох селищах взагалі не проводилися пропагандистські заходи, якщо не враховувати промов сільських управителів округи на святі врожаю.

Жоден заклад пропагандистського апарату не працював відповідно до затвердженого плану. Навіть в таких важливих питаннях, як поліція та добровільні військові частини нічого не робилося. Преса і радіо змогли охопити лише незначну частину населення. Заклики, брошури, листівки і повідомлення по радіо редагувалися особами, які на 90 % не знали не тільки країну, але й народ, його побажання, а також не розуміли важливості піднятих проблем.

Аналізуючи пропаганду, яка проводилася за допомогою музики, співів та театру, на думку начальника контррозвідки, то вона частково виконала своє завдання.

Недоліком частини українських газет було те, що автори статей систематично організовували у пресі виступи проти українського народу. Статті, що публікувалися, були невдалими і складалося враження, що вони були написані тільки для німців [9, спр. 74, арк. 1 — 10].

Також неодноразово зустрічаються документи, в яких порівнюється німецька пропаганда та радянська, виділяються їх позитивні та негативні риси. Наприклад, виділялися позитивні і негативні риси пропаганди, що проводилася у Кіровограді у порівнянні з радянською пропагандою цієї ж території. До негативних рис німецької пропаганди можна було віднести: недостатню кількість жартів, іронії, комічних сцен, формальне виконання, відсутність народних пісень та частівок, погано складені листівки. На думку представників німецької влади, позитивними рисами були: відносна натуральність, жодних безкорисних перебільшень, а тому переконливіше за радянську; графічно бездоганні плакати, ненав'язлива.

Радянській пропаганді були притаманні: довгі та стомлюючі доповіді, що застосовувалися до будь-якого придатного або й непридатного випадку, мали місце грубі перебільшення, а тому пропаганда була неправдоподібною; звичайні та грубі листівки. Окрім негативу виділялися і позитивні риси: відповідно до характеру публіки, підібрана інформація була доступною. Пропаганда була свідомою та однорідною, іронічною, відбувалося систематичне висміювання керівних осіб з ворожого табору, характерними були також наявність пропагандистських пісень та частівок з відомими мелодіями, застосування добре відомих народних пісень з пародійним змістом.

Нацистське керівництво визнавало, що радянська пропаганда мала більший вплив на населення, ніж їхня, тому що вона ґрунтувалася на недоліках продовольчого постачання та використанні помилок німецької пропаганди, своєчасно «кидала» у народ свої ідеї.

Про ідейність німецької пропаганди не могло йти й мови, тому що, коли з'являлися будь-які ідеологічні статті, то їх зміст був далеким для населення. Німецькі статті носили тільки інформативний характер, а не розповсюджували політичну пропаганду. Своїми статтями в газетах, критикою більшовицької влади, окупанти показували підкореній державі її справжнє обличчя і тим самим кували зброю проти самих себе [13, спр. 161, арк. 41; 8, спр. 132, арк. 36 — 38].

Щодо використання радіо з пропагандистською метою, то воно також не дало очікуваних результатів. Причиною цього стало, по-перше, неправильне застосування, тому що по радіо транслювалася легка танцювальна музика; по-друге недостатня кількість інформаційних передач для населення українською мовою: повідомлення вермахту, та 2 рази на тиждень коротке повідомлення «Погляд у майбутнє». Іноді транслювалися сільсько-господарські доповіді, які для місцевого населення не становили інтерес. Усі заходи щодо покращення обслуговування радіослухачів, а саме: розширення і збільшення українських програм пропагандистського походження; подання антибільшовицьких матеріалів, які повинні були мати кількісне і фактичне обґрунтування; позитивні матеріали сучасного життя українського народу; повідомлення про господарське становище Рад і населення по той бік фронту не дали бажаних результатів.

Недоліком кінопропаганди була обмеженість вибору німецьких фільмів, які демонструвалися у кінотеатрах, а також їх однотипність. Демонструвалися практично тільки комедії про кохання. Більша частина випущених фільмів не мала ніякого виховного впливу на глядача. Частка пропагандистських фільмів була не значною. Щоб кінопропаганда була більш ефективною необхідно було демонструвати німецьку військову кінохроніку

в більшому обсязі, а також антибільшовицькі фільми за такою тематикою: голодомор на Україні 1932 — 1933 рр., терор НКВС, документальні фільми про єврейське панування в СРСР [8, спр. 132, арк. 69].

Отже, пропагандистська діяльність нацистів не дала очікуваних результатів. Причини низького впливу на населення окупованих територій німецької ідеологічної машини були: по-перше, необізнаність з місцевою специфікою, незнання культури українців; по-друге, низька якість німецької агітаційної продукції у порівнянні з радянською агітацією, її неправильна тематична спрямованість. Та головною причиною провалу агітаційної роботи окупаційної влади було те, що від самого початку не існувало планів такої роботи, так як завоювання прихильності населення не було основною метою нацистів. Фактично, всі заходи, до яких вдавалася окупаційна влада, були втілені в життя без належної підготовки, яка б враховувала тогочасне становище на території України, тобто, національні особливості, основні проблеми населення. Як наслідок, друковані видання, що виходили на території України протягом усього періоду окупації, виконували суто інформаційні функції. У зв'язку з тим, що газети були не популярними серед місцевого населення, основна пропагандистська мета не була досягнута, тобто вони не могли серйозно впливати на громадську думку, що викликало невдоволення німецької адміністрації. Зміст статей в окупаційній пресі з національної тематики своєю абстрактністю й нечіткою позицією викликали обурення серед українських кіл, наражалися на критику, й тим самим не сприяли покращенню іміджу німецьких «визволителів».

Бібліографія

1. Титаренко Д. М. Преса Східної України періоду німецько-фашистської окупації як історичне джерело (1941 — 1943 рр.) : Автореф. ... канд. іст. наук : 07.00.06. / Д. М. Титаренко — Донецьк : Донецький національний університет, 2002. — 19 с.; Титаренко Д. М. Українознавча тематика на сторінках окупаційної преси Східної України (1941 — 1943 рр.) / Д. М. Титаренко // Актуальні проблеми вітчизняної і всесвітньої історії. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції. Луганськ 8 — 9.02.01. Східноукраїнський національний університет. — Луганськ : СХУ, 2001. — 328 с.
2. Михайлюк М. В. Агітаційно-пропагандистська діяльність органів німецької окупаційної влади серед населення України (1941 — 1944 рр.) : Автореф. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / М. В. Михайлюк ; Нац. ун-т «Кірово-Могилян. акад.». — К., 2006. — 20 с.
3. Ивлев И. А., Юденков А. Ф. Оружием контрпропаганды : советская пропаганда среди населения на оккупированной территории СССР. 1941 — 1944 / И. А. Ивлев, А. Ф. Юденков. — М., 1988. — 277 с.
4. Коваль М. В. Доля української культури за «нового порядку» : 1941 — 1944 рр. / М. В. Коваль // Український історичний журнал. — 1993. — № 9. — С. 15 — 38; Коваль М. В. Пограбування та знищення фашистськими загарбниками музейних, архівних та бібліотечних цінностей України (1941 — 1944 рр.) / М. В. Коваль // Повернення культурного надбання України : проблеми, завдання, перспективи. — Вип. 6. — К., 1996. — С. 34 — 42; Коваль М. В. «Просвіта» в умовах «нового порядку» (1941 — 1944) / М. В. Коваль // Український історичний журнал. — 1995. — № 2. — С. 37 — 41.
5. Верба І. В. Олександр Отлобин : життя і праця в Україні / І. В. Верба. — К., 1999. — 383 с.
6. Малаков Д. Оті два роки у Києві при німцях / Д. Малаков. — К. : Амадей, 2002. — 317 с.
7. Державний архів Київської області (ДАКО). — Ф. 2356. — Оп. 3.
8. Центральний державний архів громадських об'єднань (далі ЦДАГО). — Ф. 57. — Оп. 4.

9. Центральний державний архів вищих органів влади та управління України (ЦДАВОУ). — Ф. КМФ-8. — Оп. 1.

10. ЦДАВОУ. — Ф. 3206. — Оп. 2.

11. Михайлюк М. Костянтин Штепа і «нове українське слово» в умовах нацистської окупації Києва (кінець 1941 — 1943 рр.) : джерелознавчий аспект / М. Михайлюк // Київська старовина. — 2004. — № 5. — С. 135 — 138.

12. ЦДАГО. — Ф. 166. — Оп. 3.

13. ЦДАВОУ. — Ф. 3676. — Оп. 4.

Катрич В. П., Спудка И. Н.

Нацистская пропаганда и ее реализация в контексте социокультурной политики

В статье анализируются пропагандистские технологии нацистов на оккупированной территории Украины. Раскрываются просчеты нацистской пропаганды в обработке сознания местного населения.

Katrich V. P., Spudka I. M.

Hazi's propaganda and its realization in context of the cultural policy

The article analyses nazi's propagandistic technologies on the occupied territory of Ukraine. It reveals the mistakes of the nazi's propaganda in handling the consciousness of local inhabitants.

Калашнікова В. Є.

УКРАЇНСЬКІ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ В РОКИ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ: ІДЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Пам'ять слугує за механізм передачі соціального досвіду між поколіннями та забезпечує їх наступність, яка є гарантією та рухомою силою розвитку людської цивілізації. Найбільш повним втіленням пам'яті є історико-культурні цінності. Прагнення зберегти їх є природною та необхідною умовою життя як окремої людини, так і суспільства в цілому. Предмети історико-культурної спадщини є чинником духовного зв'язку поколінь, саме під їх впливом формуються свідомість нації. Адже музейні колекції та книги — це те, за допомогою чого виховується людина, архівні документи — це джерело для написання історії народу. Таким чином, архівні матеріали, музейні експонати та книжки безпосередньо впливають на формування світогляду, історичних, ідеологічних та політичних поглядів як окремої людини, так і нації в цілому. Виходячи з вище зазначеного, надзвичайно важливим постає питання збереження історико-культурних цінностей для наступних поколінь. Через розуміння суспільством того, що збереження пам'яті є гарантією його подальшого існування та розвитку, воно не шкодувало сил задля цієї діяльності. Предмети історико-культурної спадщини передавались в сім'ях від покоління до покоління та суспільних інститутах — спочатку тільки в релігійних, пізніше й в світських (музеях, архівах, бібліотеках). Але, як і окремо взята людина, так і окремо взята держава по-різному підходить