

# НАЦІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА НАЦИСТСЬКОЇ НІМЕЧЧИНИ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ

---

*Дмитро Титаренко (Донецьк)*

## **Звіти батальйону пропаганди U як джерело з питання про вплив нацистської пропаганди на населення окупованої України**

При характеристиці окупаційного режиму на території України одним з ключових є питання щодо впливу нацистського пропагандистського апарату на населення окупованої території, його ролі у ствердженні окупаційного режиму. Певне уявлення стосовно цієї проблеми можна скласти на підставі вивчення звітів батальйону (відділу) пропаганди U («Україна») — спеціального підрозділу, який займався питаннями організації пропаганди на території прифронтової смуги як для частин вермахту, так і для населення окупованих регіонів. Звіти батальйону пропаганди U, представлені в основному «Звітами про пропагандистську діяльність» та «Звітами про настрої населення», було виявлено у фондах Федерального воєнного архіву у Фрайбурзі. Незважаючи на те, що «Звіти...» певною мірою використовувалися дослідниками, вони так і не стали об'єктом спеціального дослідження<sup>1</sup>. На жаль, виявлені на поточний момент «Звіти...» охоплюють період лише до початку 1943 р., що дещо звужує можливості аналізу еволюції нацистської пропаганди протягом всього періоду окупації.

---

<sup>1</sup> *Косик В.М.* Україна в Другій світовій війні у документах. Зб. німецьких архівних матеріалів (1941–1942) / Упор. В. Косик. — Т. 2. — Львів, 1998. — С. 231–248; *Buchbender Ortwin.* Das tötende Erz. Deutsche Propaganda gegen die Rote Armee im Zweiten Weltkrieg. — Stuttgart, 1978. — S. 52–56; 263–287.

Рішення про організацію батальйону пропаганди U (з самого початку агресії проти СРСР їх було створено три, по одному для кожної з трьох груп армій) було прийнято верховним командуванням вермахту невдовзі після нападу на СРСР, 4 липня 1941 р.<sup>2</sup> Проте розпочав він свою роботу дещо пізніше, що було пов'язано з організаційними труднощами. Функції батальйону пропаганди полягали в наступному: 1) духовний вплив та забезпечення населення шляхом політичної та культурної пропаганди за допомогою преси, радіомовлення та кіно; 2) здійснення пропагандистських акцій, що впливають на настрої населення в інтересах рейху та німецького вермахту. Засобами для цього є політичні та культурні заходи, плакати, листівки, брошури та гучномовці; 3) духовне та культурне забезпечення військ, що лежать в зоні діяльності батальйону пропаганди<sup>3</sup>.

Штаб батальйону ділився на 7 робочих груп: преси, активної пропаганди; культури; друкованої пропаганди; кіно; радіомовлення та керівної групи. З метою максимально широкого охоплення своїм впливом території штабу підпорядковувалися 6 відділів (т.зв. *Staffel Propaganda*), які мали літерну нумерацію від U1 до U6. В свою чергу відділам пропаганди підпорядковувалися філії та передові групи. Як правило, в структурі «Звітів про пропагандистську діяльність» виділялися пункти, в яких відбивалися основні результати діяльності робочих груп. Для цих документів характерною була наявність значного числа статистичних відомостей про кількість поширених пропагандистських матеріалів, влаштованих пропагандистських заходів, інформації про зміну місця дислокації відділів пропаганди та їх філій. Щодо «Звітів про настрої населення», то в них у окремих розділах розглядалися питання про вплив пропагандистських акцій на населення, аналізувалися нагальні проблеми (переважно соціально-економічного характеру), які його хвилювали. Наприклад, у звіті за липень 1942 р. були наявні такі пункти: «Загальне», «Діяльність банд», «Становище з харчуванням», «Вербування робітників», «Фольксдойче», «Питання щодо української інтелігенції»<sup>4</sup>.

Основні свої зусилля батальйон спрямував саме на роботу серед населення окупованої території. В джерелах наголошується на значному інтересі мешканців міст та сіл до відомостей про політичну та військову ситуацію, їхньому прагненні одержати друковані матеріали для читання. В умовах інформаційного вакууму, в якому опинилося населення, різкого

---

<sup>2</sup> *Buchbender Ortwin*. Op. cit. — S. 52.

<sup>3</sup> Bundesarchiv-Militärarchiv (Freiburg) (*dani* — BA-MA). — RW 4/253. — Weisungen für die Tätigkeit der Propaganda-Abteilungen und Staffeln im besetzten Gebiet der Sowjet-Union.

<sup>4</sup> BA-MA. — RH 22/42. — Bl. 138–142.

послаблення впливу радянської пропаганди, ідеологічної дезорієнтації населення перед підрозділами батальйону пропаганди відкрилось досить широке поле для діяльності. Матеріали, які поширювалися батальйоном пропаганди, надходили по лінії відділу міністерства пропаганди, міністерства окупованих східних областей, відділу пропаганди вермахту тощо. Значна частина друкованих матеріалів для розповсюдження виготовлялася у самих батальйонах.

Цифри, які наводяться у «Звітах...», надають можливість хоча б частково оцінити масштаби роботи батальйону пропаганди. Так, лише до кінця серпня 1942 р. він поширив близько 8 млн примірників різноманітної друкованої продукції, серед якої було 29 плакатів накладом 1400 тис. штук., 16 брошур — 1500 тис. штук, 7 листівок — 3000 тис. штук та ін.<sup>5</sup> Аналіз «Звітів...» дає можливість констатувати позитивну динаміку у виготовленні та поширенні різного роду пропагандистських матеріалів. Так, якщо у травні 1942 р. батальйон поширив близько 1850 тис. примірників друкованої продукції, то вже у грудні 1942 р. кількість матеріалів, призначених для розповсюдження, сягнула цифри понад 3 млн<sup>6</sup>.

Одним із основних напрямів роботи батальйону стало забезпечення діяльності періодичних видань. «Звіти...» містять інформацію про кількість видань, динаміку її зростання, географію виходу газет та журналів, мовний режим, джерела надходження інформації тощо. Аналіз джерел дозволяє встановити факт досить високих темпів збільшення кількості періодичних видань у зоні діяльності батальйону пропаганди У. Якщо влітку 1942 р. йшлося про 33 видання<sup>7</sup>, то вже наприкінці року батальйон забезпечував нагляд над 47 виданнями<sup>8</sup>. З метою підвищення їх фахового рівня співробітники підрозділу здійснювали навчання місцевих редакторів.

Вагоме місце у структурі пропаганди посідав кінематограф. Незважаючи на те, що значну кількість кінотеатрів та кінопересувних установок було знищено, евакуйовано або використано не за функціональним призначенням, в зоні дії батальйону пропаганди У було поновлено роботу близько 70 кінотеатрів<sup>9</sup>. Структура відвідувачів кінотеатрів складалася як з військовослужбовців, так і з цивільного населення приблизно в рівному співвідношенні. Як зазначалося у «Звітах...», робота кінотеатрів досить позитивно сприймалася місцевим населенням, яке таким чином знайомилося з надбаннями західноєвропейської культури. Водночас на населення

---

<sup>5</sup> ВА–МА. — RH 22/33. — Bl. 86.

<sup>6</sup> Idem. — RH 22/177. — Bl. 15.

<sup>7</sup> Idem. — RW4/254. — Bl. 83.

<sup>8</sup> Idem. — RH 22/177. — Bl.15.

<sup>9</sup> Idem. — RHD 69/9. — «Soldatenzeitung der Ukraine».

гнітюче враження справляли демонстрація німецьких кіножурналів, т.зв. «Wochenschow», насичених епізодами, в яких фігурували загиблі та полонені військовослужбовці Червоної Армії, радянська розбита воєнна техніка тощо<sup>10</sup>.

Окремим пунктом в «Звітах...» значилося «Радіомовлення». Як правило, в документах вказується, як розвивалася радіомережа за той чи інший проміжок часу, трансляції якого змісту превалювали. Зазначається, що важливим чинником впливу на настрої місцевого населення були політичні щотижневі огляди, новини про становище на фронтах, які транслювалися українською та російською мовами. В районах з активним партизанським рухом поширення набули радіотрансляції, що мали справляти заспокійливий вплив на населення.

Певну інформацію містять «Звіти...» і з питання міжнаціональних відносин на окупованій території. Діяльність батальйону пропаганди спрямовувалася як на українське, так і на російське населення. Це досить яскраво ілюструють відомості про мовний режим підзвітних батальйону пропаганди видань. Так, з 33 газет, які виходили в зоні відповідальності батальйону пропаганди станом на липень 1942 р., 7 видавалися російською, а 26 — українською мовою<sup>11</sup>.

Щодо характеру взаємовідносин між українцями та росіянами, то вони, особливо в місцях із змішаним населенням, характеризувалися як антагоністичні. З метою уникнення відвертої конфронтації росіян та українців наголошувалося на необхідності недопущення підкреслено уважного ставлення до українців та української мови навіть в тих районах, де українська мова переважає. Щодо проблеми взаємовідносин українського та єврейського населення, то лише два звіти торкалися цього питання. На думку авторів звітів, українське населення з часу «втєчі та, відповідно, евакуації євреїв відхилило їх, і, отже, проблема співіснування з ними має лише історичне значення...»<sup>12</sup>.

Торкаючись перспектив України як територіально-державного утворення наголос у аналізованих джерелах робився на тому, що будь-які спроби поширення націоналістичних ідей, обговорення питань про державне та політичне майбутнє України мають суворо заборонятися та нашоувхуватися на відповідні контрпропагандистські заходи за допомогою всіх наявних у розпорядженні батальйону пропаганди засобів<sup>13</sup>.

Особлива увага у «Звітах...» приділялася соціально-економічному становищу населення, зокрема, стану справ із забезпеченням продовольством,

<sup>10</sup> Idem. — RH 22/33. — Bl. 108.

<sup>11</sup> Idem. — RW 4/254. — Bl. 83.

<sup>12</sup> Idem. — RH 22/33. — Bl. 93.

<sup>13</sup> Idem. — Bl. 92.

реакції населення на труднощі із постачанням. Незважаючи на прагнення нацистської пропаганди сприяти утвердженню в громадській свідомості тези про винність у цьому сталінського режиму, дедалі помітнішим, особливо наприкінці 1942 р., стало поширення антинімецьких настроїв, звинувачення на адресу окупаційних властей у неспроможності виконати обіцяне.

При характеристиці справ у сфері церковного життя в «Звітах...» робиться спроба проаналізувати ставлення населення до релігії в цілому, охарактеризувати розбіжності у сприйнятті релігії різними віковими групами, відносини між різними конфесіями, зокрема, українською автокефальною та російською православною церквами. У той же час зазначається, що «...пропаганда навмисне відмовила у будь-якій підтримці як одній, так і іншій церквам...»<sup>14</sup>.

Помітне місце у зведеннях посідали питання, пов'язані з аналізом ставлення населення до подій на фронтах, в цілому до перебігу воєнних дій. Аналіз «Звітів...» дозволяє простежити певну еволюцію відношення населення до цього питання. Якщо до середини 1942 р. типовим було акцентування уваги на в цілому прихильному, доброзичливому ставленні населення до німецьких військовослужбовців, прагненні його до якнайскорішого завершення війни, то згодом, після невдач німецького наступу під Сталінградом, ситуація змінилася: за оцінкою керівництва батальйону, у населення превалює зневіра щодо покращення ситуації та швидкого закінчення війни.

Характерною рисою поширюваних чуток (особливо яскраво це виявилось під час зимової кампанії 1942/43 років) стала значна гіперболізація успіхів Червоної Армії, приклади чого наводилися в текстах «Звітів...». В документах наголошується на тому, що ці чутки поширювалися як біженцями, так і німецькими солдатами<sup>15</sup>. Тактика нацистів за цих умов полягала в тому, щоб, уникаючи дискусій з радянською пропагандою, відкидати відверту нісенітницю та повідомляти населення про позитивні заходи, здійснювані окупаційними властями.

Важливе місце у «Звітах...» посідали питання, пов'язані з діяльністю партизанів (в джерелах вони фігурували під назвою «бандити». — *Д. Т.*). Саме вона «...зумовлювала санкціоновану головнокомандуванням особливу діяльність пропаганди в головних районах розташування банд»<sup>16</sup>. Ця діяльність була спрямована на дискредитацію партизанського руху в очах громадськості з метою недопущення його поширення.

---

<sup>14</sup> Idem. — ВІ. 100.

<sup>15</sup> Idem. — RH 22/177. — ВІ. 18.

<sup>16</sup> Idem. — ВІ. 21.

«Звіти...» містять інформацію про хід реалізації найзначніших пропагандистських заходів на території України. Наймасовішою здійсненою батальйоном пропаганди У акцією стали заходи, спрямовані на вербування робочої сили до Німеччини. Особливе місце при здійсненні вербувальної пропаганди посідала преса. Основними формами подачі інформації про стан та перспективи використання робочої сили з Німеччини стали статті, інтерв'ю про працю робітників з України, ілюстрації та листи з Німеччини. Саме ці матеріали використовувалися і під час ведення пропаганди засобами радіомовлення<sup>17</sup>.

Як зазначалося, вплив пропаганди, спрямованої на вербування робочої сили, значно посилювався, якщо пропагандистська акція підкріплювалася практичними заходами. Вони могли бути якнайшвидше сприйняті населенням в силу можливості перевірки їх достовірності. Так, під час урочистого відправлення 350-тисячного робітника до Німеччини з Ніжина його родині було подаровано корову. Цей захід, за оцінкою службовців пропагандистського підрозділу, справив на населення надзвичайно сприятливий вплив і «...розвіяв у від'їжджаючих почуття турботи про родини, що залишилися, більшою мірою, ніж це могли зробити численні обіцянки»<sup>18</sup>.

На протигагу усталеній у традиційній радянській історіографії тощі зору про майже виключно насильницький характер виїзду населення до Німеччини, повідомлення «Звітів...» дозволяють внести певні корективи і стверджувати, що заходи з вербування населення до Німеччини були більш складним та неоднозначним явищем з точки зору сприйняття їх населенням, ніж це можна було уявити. Так, до осені 1942 р. у «Звітах...» акцент робиться на позитивній в цілому оцінці населенням своїх перспектив потрапити на роботу до Німеччини. Зазначалося, що цьому сприяло забезпечення транспортів перекладачами, трансляція музики на вокзалах, поширення брошур, прикрашення поїздів, коректне поведження із населенням тощо. Все це справляло обнадійливий вплив на від'їжджаючих та створювало позитивний настрій у всього населення<sup>19</sup>. Лише до 31 липня 1942 р. з оперативного району групи армій «Південь» до Німеччини було відправлено близько 420 тис. осіб, причому у звітах наголос робився на тому, що будь-яка потреба у застосуванні насильницьких заходів відпала<sup>20</sup>.

Проте згодом ситуація у справі вербування змінилася на гірше, що дістало в цілому адекватну оцінку у «Звітах...» Так, зазначалося, що виїзд до Німеччини дедалі більше набував характеру примусового вилучення.

---

<sup>17</sup> Idem. — RH 22/42. — Bl. 139.

<sup>18</sup> Idem. — Bl. 140.

<sup>19</sup> Idem. — RH 22/33. — Bl. 91.

<sup>20</sup> Idem. — Bl. 101.

При цьому масові пропагандистські акції батальйону пропаганди, які використовувалися для облав на населення, призводили до його розчарування у пропаганді та зниженні її ефективності<sup>21</sup>.

У той же час, відкликаючись на поточні вимоги часу, необхідність гнучкої політики в здійсненні агітаційно-пропагандистської роботи, заходи батальйону пропаганди були спрямовані і на залучення робочої сили для роботи на місцях. Так, зокрема, у грудні 1942 р. в ході здійснення акції «Шахтарі для Сталіно» було поширено близько 20 тис. листівок<sup>22</sup>. З метою справляння позитивного враження на трудящих, ініціювання трудового піднесення згідно зі «Звітами...» пропагандистські акції здійснювалися на місцях на підприємствах. Вони проходили переважно у формі зібрань та концертів.

Подією особливого значення, яка безпосередньо вплинула на настрої місцевого населення, стало розпорядження рейхсміністра окупованих східних областей Розенберга «Про новий земельний лад». Це розпорядження, опубліковане на початку березня 1942 р., викликало серед населення сподівання на якнайшвидший поділ землі. В цих умовах перед пропагандою, як зазначалося, постало завдання стримувати надмірні сподівання місцевого населення на одержання землі в приватну власність, а з іншого, ознайомлюючи його зі змістом аграрних перетворень, усілякими засобами спонукати до підвищення продуктивності праці<sup>23</sup>.

З початком звільнення території України радянськими військами зона впливу батальйону пропаганди поступово зменшується, знижується рівень матеріально-технічного та інформаційного забезпечення пропагандистських акцій. Це, зрозуміло, знаходить свій вияв у падінні впливу нацистської пропаганди. Останні згадки про діяльність батальйону пропаганди У на території України датовані осінню 1944 року.

У цілому «Звіти...», незважаючи на недостатню повну їх репрезентативність в хронологічному плані, заслуговують на увагу як з точки зору характеристики практичних заходів нацистської пропаганди, її кількісних параметрів, так і з позиції висвітлення морального стану населення у зоні діяльності батальйону пропаганди У. Відомості «Звітів...» дозволяють визначити ступінь успіху тих чи інших дій батальйону на окупованій території, надають в ряді випадків можливість простежити еволюцію ставлення населення до політики окупаційної влади та порушити питання про ступінь її моральної підтримки з боку місцевої людуності.

---

<sup>21</sup> Idem. — RH 22/177. — Bl. 19.

<sup>22</sup> Idem. — Bl. 15.

<sup>23</sup> Idem. — RH 22/33. — Bl. 91.