



Яна ПАСТУХОВА

Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка

(Кропивницький, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7042-9676>

Електронна пошта: bevzich@gmail.com

ВІЙНА ЗА СВІДОМІСТЬ: РАДЯНСЬКІ ВІЙСЬКОВОПОЛОНЕНІ У СИСТЕМІ НІМЕЦЬКОЇ ВОЄННОЇ ПРОПАГАНДИ

У статті узагальнено досвід нацистської агітаційно-пропагандистської політики щодо інтеграції образу радянських військовополонених у пропагандистську роботу Райху. У центрі дослідження – візуальні та текстові прийоми впливу, зокрема газетні публікації фотографій, листівки, кіножурнали; механізми поширення агітаційних матеріалів та їх ефективність. Розглянуто роль пропагандистських підрозділів вермахту, їх формування та функціонування в умовах війни на Східному фронті у 1941–1945 роках. Досліджено використання фотографій та кінохроніки як інструменту впливу, зокрема поділ зображень на ті, що призначалися для внутрішньої пропаганди в Райху для глорифікації вермахту та створення образу ворога на прикладі радянських військовополонених, і ті, що поширювалися серед радянських військ на фронті для їх деморалізації та збільшення кількості перебіжчиків. На основі контент-аналізу німецьких листівок простежено еволюцію пропагандистської риторики, зумовлену змінами перебігу бойових дій на фронтах Другої світової війни. Авторка наголошує, що використання образу радянських військовополонених із агітаційно-пропагандистською метою було системним і багатоканальним, проте, у стратегічному вимірі виявилось недостатнім для досягнення зламу бойового духу противника засобами «психологічної війни».

Ключові слова: архівні джерела, військовополонені, Друга світова війна, ідеологічний контроль, пропаганда, психологічна війна, Східний фронт, Червона армія.

Постановка проблеми. Пропаганда стала ключовим інструментом для перетворення Другої світової війни із масштабного військового протистояння на «тотальну війну», що відбувалася як на фронтах, так і в інформаційному просторі – пресі, кіножурналах, радіоэфірах, плакатах тощо. Одним із недостатньо вивчених компонентів пропагандистської політики Третього Райху є цілеспрямована експлуатація радянських військовополонених у системі військової пропаганди. Стратегія використання радянських бранців виконувала дуальну функцію. По-перше, для формування образу ворога на внутрішньому німецькому інформаційному майданчику через фото- та кіноматеріали, що допомагало легітимізувати агресію на Сході, а з тим і повномасштабну мобілізацію в країні. По-друге, масове використання образу військовополонених було націлене на деморалізацію червоноармійців на лінії зіткнення та мало спонукати бійців Червоної армії здаватися в полон або переходити на бік вермахту. Саме ця поліфункціональність образу

полоненого червоноармійця дає змогу зрозуміти не лише механізми нацистської пропаганди, а й логіку тоталітарного мислення в умовах збройних конфліктів.

Візуальні матеріали є надзвичайно цінними джерелами для дослідження інформаційної війни на Східному фронті у 1941–1945 роках. Фотографії та кінокадри у роки Другої світової війни фіксували моменти із життя радянських військовополонених, а нині дають змогу дослідити особливості ідеологічних настанов і переконань, що панували у Третьому Райху. Натомість пропагандистські листівки дають змогу простежити стратегію психологічного впливу на військовослужбовців Червоної армії та еволюцію контенту, пов'язану з перебігом бойових дій за роки війни на Східному фронті.

Пропоноване дослідження має на меті розширити уявлення про складну структуру нацистської воєнної пропаганди. Актуальність обраної теми зумовлена тим, що в умовах сучасних воєнних конфліктів, зокрема російсько-української



війни, інформаційно-психологічний вплив є одним із ключових інструментів гібридної війни. Аналіз історичного досвіду використання радянських військовополонених у пропагандистських цілях Третього Райху дає змогу глибше зрозуміти логіку кампаній, спрямованих на деморалізацію ворога. Осмислення механізмів німецької воєнної пропаганди відкриває можливості для формування ефективних стратегій протидії сучасним пропагандистським практикам держави-агресора.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Корпус досліджень німецької пропаганди репрезентує спектр напрямів, зосереджених на аналізі механізмів функціонування й наслідків діяльності пропагандистської машини Третього Райху.

Польський науковець М. Поправа, досліджуючи тему пропаганди у Другій світовій війні, у статті «Пропаганда як зброя та інструмент тоталітарної влади: образ цього поняття в публічному дискурсі воєнних та окупаційних років (1939–1945)» проаналізував шляхи поширення пропаганди та етапи її появи у суспільстві, а також відзначив, що у тоталітарних системах, таких як Третій Райх та СРСР, робота пропагандистів значно спрощується через монополізацію інформаційних потоків (Poprawa, M. 2019).

Дослідник Б. Нітцель у роботі «Знати ворога: фахівці з пропаганди, розвідка і тотальна війна (1941–1945)» ґрунтовно дослідив державні стратегії (у Третьому Райху, СРСР та США) розуміння сучасниками Другої світової війни поняття «пропаганда», а також як саме було використано пропагандистські техніки у військовій сфері. Для нашого дослідження актуальними є висновки автора про якість та результативність німецьких пропагандистських зусиль, які він оцінює як не вдалі (Nietzel, B. 2020).

У статті Д. Уз'єля «Пропаганда, воєнна журналістика та Вермахт» увага акцентована на понятті «психологічної війни», її еволюції від пасивного інформування червоноармійців про можливість здатися в полон у перші місяці війни до цілеспрямованої кампанії через гучномовці, листівки, що містили фото та текстову інформацію про радянських військовополонених і життя в полоні. Автор проаналізував створення та функціонування пропагандистських підрозділів, що конструювали візуальний образ (Uziel, D. 2015).

Дослідник А. Каліс у статті «Нацистська пропаганда і Друга світова війна» простежив пропагандистські техніки, використані під час кампанії на території СРСР. Дослідник наголошує, що пропагандистська кампанія на Сході не мала якіс-

ної організації, а її результати щодо деморалізації Червоної армії через пропаганду були посередніми (Kallis, A. 2005).

Із візуальними компонентами пропаганди працював Л. Мейсель, зокрема його дослідження «Захоплений більшовизм: фотографії радянських військовополонених у концтаборах, зроблені СС») базується на колекції фотонегативів, підпільно винесених із концентраційного табору Маутгаузен. Сюжети негативів можна систематизувати за такими сценами: загальні фото груп в'язнів або окремі портрети, створені за пропагандистськими лекалами, насильство бійців СС над полоненими та повсякденне життя табірному персоналу. У публікації автор представив концепцію «погляду злочинця», суть якої полягає у впливі ідеологічних уявлень фотографів на зміст та композицію кадрів (Meissel, L. 2022).

Онлайн-лекція «Обрамлене насильство: приватні фотоальбоми німців у “Східній місії” та колективна пам'ять про Другу світову війну» Ю. Маттеуса дає можливість досягнути результативності воєнної пропаганди всередині вермахту. Цією роботою автор звернув увагу на те, що сюжети із радянськими військовополоненими тиражувалися не лише «згори» пропагандою, а й «знизу» – серед військових. Лекція є цінним джерелом нових візуальних матеріалів (Matthäus, J. 2025).

Канадські дослідниці А. Ллойдленгстон, Т. Ло у публікації «“Полонені обов'язково повернуться додому!”: союзницькі та німецькі пропагандистські листівки часів Другої світової війни» провели порівняльний аналіз листівок, поширюваних союзниками та вермахтом на Західному фронті Другої світової війни. Згадана праця дає змогу виокремити спільні та відмінні риси німецьких листівок, поширюваних на Східному та Західному фронтах (Lloydlangston, A. & Lo, T. 2008).

Проблематика використання радянських військовополонених у системі нацистської пропаганди під час Другої світової війни в українській історичній науці отримала обмежене, але належне відображення в історіографічному дискурсі. Інституційний фундамент фронтової пропаганди вермахту проаналізувала О. Салата. Предметом її досліджень був процес створення візуальних і текстових форм пропаганди та їхня ефективність (Салата, О. 2014).

У дисертаційному дослідженні К. Долгорученко представлено огляд нормативно-правової основи діяльності спецвідділу Вінета, його роботи проти радянських військ на фронті, що дає

зможу зрозуміти адміністративно-юридичні засади пропагандистської діяльності Райху (Долгорученко, К. 2021).

Публікація, підготовлена спільно з українським дослідником Д. Титаренком, «Націонал-соціалістична пропаганда в зоні військової адміністрації в Україні: цілі, засоби та наслідки» є якісним комплексним дослідженням пропагандистської діяльності нацистів у різноманітні форм. Окрім архівних матеріалів, автор використав свідчення сучасників для аналізу успішності німецької пропаганди, що приводить його, як і закордонних колег, до висновку про недосконалу систему німецького ідеологічного впливу на Східному фронті (Tytarenko, D., Flickinger, B. & Derksen, A. 2018).

Цікавим для нас стало і дослідження О. Чорного та К. Москальчук «Фотознімки полонених в “Уманському котлі” радянських воєначальників у серпні 1941 року як джерело інтерпретацій воєнно-історичних подій», у якому автори не лише акцентували увагу на використанні відомих знімків полонених генералів 6-ї та 12-ї армій, а й ввели до наукового обігу нові фотодокументи із Федерального архіву Німеччини. Автори дослідження, завдяки фотоматеріалам, аргументовано спростовують тези сталінського наказу № 270 про зраду командувача 12-ї армії генерала П. Г. Понделіна та командира 13-го стрілецького корпусу генерала М. К. Кирилова, що доводить важливість візуальних джерел для реконструкції історичних подій та реабілітації невинних (Москальчук, К. & Чорний, О. 2024).

Джерельна база. Використано звіти пропагандистських відділень вермахту (фонди RH 53-18, R 55/21351 та ін.), колекції пропагандистських листівок, публікації німецької преси й кінохронікальні матеріали та фотографії із цифрових колекцій.

Мета статті полягає в ґрунтовному дослідженні німецької пропаганди, спрямованої на офіцерів та рядових Червоної армії, через зображення радянських військовополонених у пропагандистських матеріалах, а також використання образу радянських військовополонених у внутрішній пропаганді.

Реалізація мети передбачає вирішення таких дослідницьких **завдань**: визначити особливості створення, поширення та реалізації німецької пропаганди під час бойових дій на Східному фронті Другої світової війни; проаналізувати візуальні та текстові матеріали (газети, листівки, фотографії, кіножурнали) із зображенням радян-

ських військовополонених, створені пропагандистськими структурами Третього Райху, що призначалися для бійців Червоної армії. Досягненню мети та виконанню поставлених завдань дослідження сприяли загальноприйняті наукові **методи** аналізу, синтезу, гіпотези, а також спеціальні історичні методи: історико-типологічний, історико-системний, метод наукової критики джерела та підходи візуальної історії, зокрема іконографічний метод Е. Панофського.

Виклад основного матеріалу. Через домінуючу в середовищі німецького генералітету думку, що Німецька імперія зазнала поразки у Першій світовій війні у результаті успішної інформаційної кампанії противників, при підготовці до наступних військових конфліктів ця сфера отримала значно більше уваги і з боку держави, і з боку військових стратегів.

У 1938 р. очолюване Й. Геббельсом Міністерство народної освіти та пропаганди (нім. Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda, далі – RMVP) домовилося про співпрацю з Верховним командуванням вермахту (нім. Oberkommando der Wehrmacht, далі – ОКВ) у підготовці відповідних груп пропаганди у вигляді спеціальних рот – Propagandakompanie (далі – РК), що офіційно мали стати окремими структурними підрозділами у збройних силах і посилити вплив Націонал-соціалістичної партії у війську (Reuth, R. G. (ed.). 1992).

Відповідно до інструкції 1938 року, нові підрозділи мали забезпечити взаємодію між пропагандою та збройною боротьбою, збирати звіти бойових дій для RMVP, які можна було використати у пресі та проведенні пропагандистських дій проти ворога. У районі ведення бойових дій РК підпорядковувалися безпосередньо начальнику штабу армії, який мав право цензурувати матеріали, а також члени РК мали тісно співпрацювати із польовою контррозвідкою (Uziel, D. 2015, s. 17).

Ще до початку реалізації плану «Вайс» між керівництвом ОКВ та міністром пропаганди виникали суперечності щодо складу рот пропаганди. RMVP наполягало на цивільних особах із мистецьким хистом, які мали виконувати завдання, проставлені міністерством. ОКВ натомість вважав, що це мали бути солдати. *«Військовий кореспондент – це підготовлений солдат, який володіє пістолетом, ручною гранатою, гвинтівкою так само вмів поводитися з друкарською машинкою, фотоапаратом, кіноапаратом та радіопередавачем [...] він – боєць, а не “журналіст”,*

солдат, а не писар чи фотограф» (Fischer, K. (comp.). 1940, s. 312). Розподіл впливу на РК був таким: RMVP – виготовлення матеріалів і підбір кадрів; ОКВ – розроблення та реалізація пропаганди для ворожих військ і місцевого населення, робота з власним особовим складом у межах загального нарративу та інформування RMVP про військово-політичні події у районі відповідальності командування.

З початком операції «Барбаросса» на Східному фронті діяли 13 армійських рот пропаганди, чотири роти військових кореспондентів, три роти СС та дві напівроти ВМС Райху. Типова рота пропаганди за штатом виглядала так: два легкі взводи військових кореспондентів: фотографів і репортерів; один важкий взвод кореспондентів, що, окрім репортерів і фотографів, мав фахівців із кінозйомок та радіотрансляцій; один пропагандистський взвод, що відповідав за підготовку листівок, радіоголошень; взвод аналітики та робоча технічна команда, яку використовували для підтримки роботи усіх кореспондентських взводів (Kranzl, K. 2011, s. 27).

Загальні риси пропагандистської діяльності було ухвалено до початку реалізації плану «Барбаросса» у додатку до директиви № 21 генерального штабу ОКВ, меморандумі фельдмаршала В. Кейтеля у квітні та директиві начальника генерального штабу вермахту А. Йодля на початку червня 1941 року. Проте визнавалося, що загальної стратегії пропаганди на 22 червня 1941 р. не було¹. Розвідувальної інформації бракувало, а стратегії пропаганди будувалися на принципах, що використовували до підписання Пакту Молотова-Ріббентропа у 1939 році². Незважаючи на нормативну базу й професійних виконавців, уніфіковані матеріали ігнорували локальні особливості та не викликали довіри, а проведення цільової роботи із червоноармійцями не передбачалося. Лише у серпні 1941 р. започаткували окрему кампанію для зменшення опору й стимулювання переходів лінії фронту³. Ухвалені директиви визначали порядок передачі матеріалів:

¹ Державний архів російської федерації. Р-7021. Weisungen für die Handhabung der Propaganda im Fall "Barbarossa". June 1941. Оп. 148. Спр. 208. Арк. 28. Копія німецькою мовою. URL: <https://www.prlib.ru/item/1321814> [дата зверн.: 11.09.2025].

² Das BundesArchive (далі – BArch). Gefühlswerbung Teil 3: Kampf um die politische Sympathie [Вирізки з газет], (1939). RW 4/310, Арк. 97–103.

³ BArch. Ergänzende Weisungen für die Handhabung der Propaganda gegen die Sowjetunion.

спочатку їх необхідно надати цензору, після первинного цензурування звіти про воєнні дії терміново надсилалися до ОКВ та RMVP. Згідно з інструкцією про військову звітність: «Правдивість і оперативність у військовій звітності [...] є передумовою успішного ведення військової пропаганди та впливу ОКВ на загальне керівництво пропагандистською війною»⁴.

Для реалізації пропагандистських завдань на початку війни діяли змішані загони пропаганди, включені до першого ешелону військ наступу, як війська зв'язку. Перші фото, опубліковані у німецькому цивільному виданні «Völkischer Beobachter» за 24 червня 1941 р., мають супровідний текст: «Перші радіо фотознімки з радянсько-російського театру воєнних дій»⁵. У подальшому службовці РК самі вказували, у яке видання доцільно направити той чи інший репортаж (рис. 1⁶).

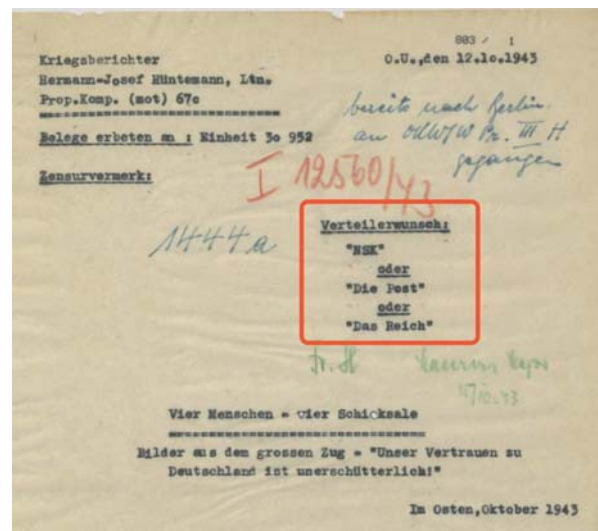


Рис. 1. Титульна сторінка матеріалу військового кореспондента. Виділений фрагмент: «Побажання щодо розповсюдження: "NSK" або "Die Post" або "Das Reich"»

До звороту фотографії РК прикріплювали бланки, що містили інформацію про мету використання, номер пропагандистської роти, відомості про автора, місце та дату зйомки. Деякі фото су-

21 серп. 1941 р. RW 4/578. Арк. 130–131 зв. Оригінал, Арк. 130.

⁴ BArch. Die militärische Berichterstattung. 18 черв. 1941 р. RH 1-81. Арк. 53–57. Копія з копії. Арк. 53.

⁵ Völkischer Beobachter. 24 Juni 1941. URL: <https://tinyurl.com/ymhtar5h> [дата зверн.: 12.06.2025].

⁶ BArch. Vier Menschen – vier Schicksale. 12 жовт. 1943 р. RW 4/803. Арк. 3–13. Оригінал. Арк. 3.



Рис. 2. Добірка кадрів з плівки, відзнятої фотографом СС та проявленої в ідентифікаційному відділі концтабору Маутгаузен. Композиційна постановка кадру відповідає пропагандистським настановам, підсиленням грою тіней і контрастів (Meissel, L. 2022, p. 67)

проводжували коментарями працівників пропагандистського відділу. Також містилася графа про відмітку цензури як з боку вермахту, так і RMVP, що могли додавати власні коментарі. Кожна пропагандистська рота мала щотижня надавати принаймні одну серію світлин, що містила від шести до десяти знімків, а також 50 окремих фото, не об'єднаних у серію тематично, хронологічно чи територіально.

Більшість фотографій радянських військовополонених, що частково сформували візуальну складову історичної пам'яті про німецько-радянську війну, робили представники країни-агресора. Окрім фотографів РК, у місцях утримання військовополонених працювали спеціальні знімальні групи. Працювати із камерою в таборах могли лише дві групи осіб. До першої групи належали табірні фотографи із числа військовополонених, які мали відповідні навички. Їх робота полягала у портретуванні новоприбулих військовополонених для обліку. Інших сюжетів авторства військовополонених немає. Виняток становлять військовополонені західних держав, режим утримання яких відрізнявся значно більшою свободою дій та пересування порівняно з радянськими бранцями. Другу групу, що працювала лише у концентраційних таборах, складали спеціальні фотографи СС, які відповідали як за портретування новоприбулих, так і за фотографування тіл в'язнів, які померли від «неприродних причин». Також вони виконували фотозавдання, що надходили від вищих відділів чи установ⁷.

⁷ Beer, W. (1941). Il mondo come lo vede il soldato sovietico «Signal» visita un campo di prigionieri di guerra sovietici. *Signal*. № 22, s. 8.

Сюжетно фотознімки із таборів військовополонених зосереджувалися на зображенні екстер'єрів та інтер'єрів табірної простору, його адміністративно-охоронного персоналу й ув'язнених, фіксації актів насильства та страт, а також на приватних сценах, що відтворювали повсякденні аспекти життя (рис. 2).

Більшість приватних фотографій повторювала наративи пропаганди, що можна пояснити бажанням бути залученим до історичних подій. Одним із поширених сюжетів були страти радянських військовополонених (Matthäus, J. 2025). Про масовість таких сюжетів можна стверджувати з огляду на заборону створення такого роду світлин у листопаді 1941 року (Kranzl, K. 2011, s. 34). Фотографування страт дозволялося у виняткових випадках лише для службових цілей і мало бути разове необхідним. Дозвіл на таку зйомку міг надавати лише командувач не нижче рангу командира дивізії. Отримані фотоматеріали мали подаватися у непроявленому вигляді з грифом «Таємно!» («Geheim!»)⁸.

Постановка кадру й вибір ракурсу у пропагандистських фотографіях формували потрібне враження: висока точка зйомки «зменшує» людей до безликої маси, а знизу – деформує обличчя й акцентує небажані деталі (пошкоджена форма, фізичне та моральне виснаження). Саме рішення фотографа, що включити у межі кадру, який момент зафіксувати, з якої висоти поглянути, створювало первинну інтерпретацію: неосяжні колони бранців, наглядові вежі та огорожа, силуети озброєної охорони на передньому плані створюють враження підпорядкування полонених і домі-

⁸ BArch. Fotografieren von Exekutionen. 2 листок. 1941 р. RH 1-81. Арк. 13–17. Копія. Арк. 13.



Рис. 3. Заголовок: «Ще чверть мільйона в “марші на Берлін”».
Знімок: PK – Lehrer (Presse-Hoffmann)

нування німецької зброї. Водночас численні знімки принижень людської гідності підкріплювали той факт, що акт фотографування сам по собі став додатковою формою насильства: плівка фіксувала жертв у надскладних життєвих обставинах, тим самим продовжуючи приниження в часі. Найчастіше радянських військовополонених фотографували без дозволу, або ж і з примусу.

Одним із найдієвіших візуальних прийомів, які використовувала німецька пропагандистська машина, було одночасне зображення великої кількості радянських полонених. Довгі колони або великі скупчення бранців справляли враження як на німецьке населення, вселяючи впевненість у непереможності вермахту, так і на радянських військових і цивільних, діяли приголомшливо, деморалізуюче та зламували бажання чинити опір. Такі фотознімки активно публікували у пропагандистській пресі, зокрема у щоденній газеті «Völkischer Beobachter»⁹ (рис. 3¹⁰). На кадрах кінохроніки також часто використовували цей сюжет, щоб проілюструвати значну кількість захоплених «трофеїв». З плином часу ці сюжети не втрачали своєї популярності, однак, через воєнні поразки стали зустрічатися рідше у 1944–1945 роках.

Закадровий голос, який супроводжував демонстрацію колон військовополонених у кінохроніці,

⁹ Völkischer Beobachter. 28 Juni 1941. URL: <https://tinyurl.com/3cjmuben> [дата зверн.: 04.06.2025].

¹⁰ Völkischer Beobachter. 24 August 1941. URL: <https://tinyurl.com/yc85vzjs> [дата зверн.: 04.06.2025].

¹⁰ Völkischer Beobachter. 24 August 1941. URL: <https://tinyurl.com/yc85vzjs> [дата зверн.: 04.06.2025].

негативно відгукувався про військовополонених. Звучать фрази на кшталт: «Полонені – дика суміш народів, примітивні, тупі, неписьменні», «слуги євреїв», «більшовики» та інші. Усі фото та відео, виконані нацистськими пропагандистами чи окремими німецькими військовими, демонструють «погляд злочинця». Обрання таких сюжетів для ілюстративного мистецтва є матеріальним підкріпленням сконструйованого антибільшовицького та расистського наративу. Ситуації, що демонструють «деградування» особистості, принизливе положення полонених, мали показувати бруд і безлад, що панував у Червоній армії (рис. 4¹¹). Ця маніпулятивна техніка включала зйомку військовополонених у момент, коли вони пройшли вже кількадесятний марш без їжі, води та відпочинку.

Більшість фото процесу уполонення вояків РСЧА були постановочними, оскільки під час бою створити кадри, на яких можна чітко ідентифікувати особу (особливо, якщо йшлося про захоплення у полон офіцерів Червоної армії), неможливо. Зі свідчень полонених, їх захоплення відбувалося при пораненні (об'єкт фотографування в такому разі виглядав би жертвою вермахту), або ж у складі великої групи людей. Однак сюжети, представлені пропагандою, ілюструють невеликі групи осіб, які спокійно здаються з піднятими руками (рис. 5¹²). Для прикладу, дане фото зі сторінок «Völkischer Beobachter» надто

¹¹ Die Deutsche Wochenschau Nr. 571 (August 13, 1941). (2023). URL: <https://tinyurl.com/yzc3wnsf> [дата зверн.: 11.09.2025; тайм-код: 08:20-08:30].

¹² Völkischer Beobachter. 14 August 1942. URL: <https://tinyurl.com/5e4w8dtb> [дата зверн.: 04.06.2025].



Рис. 4. Радянський військовополонений намагається позбутися вошей. Закадровий супровід: «Знезараження від вошей є одним із найважливіших завдань більшовиків. Майстри своєї справи»



Рис. 5. Підпис під фото: «Броньована розвідувальна машина прорвалася до радянських позицій. Совети групами виходять із своїх окопів і здаються в полон». Знімок: РК – Jesse (Presse-Hoffmann)

вдало композиційно поєднує зображення німецької техніки та здачу в полон радянських військовослужбовців.

Міжнародний пропагандистський журнал «Signal» систематично публікував фотографії моментів здачі в полон радянських військовослужбовців, супроводжуючи їх відповідними коментарями. Метою таких матеріалів було підкреслити контраст між образом німецького солдата – морально стійкого, фізично досконалого та ідеологічно вмотивованого – і образом червоноармійця, який поставав заляканим, знесиленим та готовим на будь-які дії задля збереження власного життя¹³.

Найбільшого розмаху пропагандистські фотосесії та кінозйомки набирали безпосередньо у збірних пунктах військовополонених, оскільки це давало можливість пропагандистам вразити споглядачів масштабами, а також підібрати суб'єктів, які б відповідали наративам нацистської пропаганди.

Знаковим є те, що подібні сюжети супроводжувалися підписами, що полонені очікують на транспортування до стаціонарних таборів, де умови нібито будуть істотно кращими. Водночас реальних репортажів із таборів майже не було: адміністрація, приховуючи правду про нелюдські умови, не допускала на територію сторонніх – ані представників Міжнародного комітету Червоного Хреста, ані цивільних фотографів, ані інших осіб, не пов'язаних із місцями утримання, – що мінімізувало корпус візуальних джерел. Така ж логіка обмежень діяла і щодо хронікального тижневика «Deutsche Wochenschau». На окупованих територіях остерігалися, що глядачі можуть упізнати на екрані своїх рідних, що могло негативно позначитися на сприйнятті окупаційного режиму (Tytarenko, D., Flickinger, B. & Derksen, A. 2018, p. 643).

Підтримуючи расову теорію, фотографи-пропагандисти віддавали перевагу фотофіксації полонених, які мали виразні азізьські та «єврейські» риси обличчя (рис. 6¹⁴)^{15,16}. Використовувалися всі можливі важелі психологічного впливу на глядачів та читачів: композиційне поєднання охай-

¹³ Völkischer Beobachter. 16 August 1942. URL: <https://tinyurl.com/58zkmmu7> [дата зверн.: 09.07.2025].

¹⁴ Die Deutsche Wochenschau Nr. 578, 1941. URL: <https://tinyurl.com/2jckfmx7> [дата зверн.: 03.09.2025].

¹⁵ Die bolschewistische Armee. Völkischer Beobachter. 1941. 28 черв. С. 1–2.

¹⁶ Sie sollten für Stalin verbluten. Illustrierter Beobachter. 1944. № 4. С. 2.



Рис. 6. Портретна кінозйомка у збірному пункті під Мінськом. Закадровий супровід: «Ці орди, серед яких була незліченна кількість євреїв, мали йти в похід на Європу»

них, дисциплінованих німецьких солдатів проти втомлених маршами радянських військовополонених¹⁷; фото радянських жінок-воїнів (рис. 7¹⁸); використання зображень дітей для посилення враження, що у Червоній армії не залишилося боєздатних військових¹⁹.

Ключовим сюжетом у внутрішній пропаганді була демонстрація непереможності вермахту, який було змінено лише після поразки під Сталінградом. Запозичена у В. Черчилля нова стратегія «тотальної війни» зумовила частішу демонстрацію проблем вермахту на Східному фронті для мобілізації суспільства. До того ж хід бойових дій, починаючи з 1943 р., не сприяв збільшенню кількості візуального матеріалу з радянськими військовополоненими. Преса почала частіше використовувати малюнки (карикатури, художнє зображення батальних сцен), що задовольняли б пропагандистські наративи.

¹⁷ Die Deutsche Wochenschau Nr. 565, 1941. URL: <https://tinyurl.com/3hdutd3z> [дата зверн.: 11.09.2025; тайм-код: тайм-код 18:52].

¹⁸ Völkischer Beobachter. 30 August 1941. URL: <https://tinyurl.com/mtac2zve> [дата зверн.: 04.06.2025].

¹⁹ Die Deutsche Wochenschau Nr. 572 HD (August 20, 1941). (2025). URL: <https://tinyurl.com/pdr846dp> [дата зверн.: 03.07.2025; тайм-код: 09:47].



Рис. 7. Радянські військовополонені жінки. Підпис під фото: «Бабица з рушницями, [...] що вирушають у німецький полон»

Зміщуючи фокус із внутрішньої пропаганди, адресованої німецькому суспільству, на зовнішню – з конкретним адресатом – бійцем Червоної армії, далі розглядаємо експлуатацію образу радянських військовополонених у пропагандистських листівках, орієнтованих на деморалізацію та заохочення до здачі у полон.

Візуальні кліше, вироблені пропагандистськими фотографами у цивільній пресі та кіножур-



налах (довгі колони полонених, протиставлення охайних німців втомленим червоноармійцям), не підходили для засобів агітації на фронті, де сюжети мали бути у формі звернень до червоноармійців із закликами та інструкціями щодо здачі у полон.

Виготовлення пропагандистських матеріалів було розподілене між ОКВ та RMVP. Вермахт розробляв, друкував та поширював «термінові» листівки, розраховані на військових у зоні найзапекліших боїв. Такі листівки були простими у візуальній компоненті та містили звернення до конкретних бойових одиниць чи апелювали до локальних подій на фронті. RMVP створювало складніші листівки, що мали суспільно-політичну складову (про євреїв, більшовизм тощо), та універсальні листівки, що не мали конкретної прив'язки до часу чи місця. Наприклад, листівка «Ви оточені!»^{20;21} містила лише цей заклик та перепустку в полон і могла поширюватися упродовж усієї кампанії проти СРСР.

Перші серії листівок, що поширювалися на Східному фронті, мали лише текстові заклики до бійців Червоної армії, складені за зразками довоєнної пропаганди. Основний акцент робився на тому, що Німеччина воює не з народами СРСР і країною як такою, а з більшовицько-єврейським урядом, який захопив владу, та комуністичною партією, офіційним представником якої на полі бою були політруки. Саме внесення розладу між ними та червоноармійцями було одним із головних сюжетів^{22;23}.

Текст перепусток містив звернення до солдатів із правилами безпечної здачі у полон. Рекомендації обумовлювали час і ситуації, коли краще переходити лінію фронту, а також містили поради, як убезпечитися від атаки німецьких військових. Кожна листівка виконувала функцію перепустки у полон. Через недостатню кількість листівок²⁴, було введено правило, за яким усні вигуки «Штики в землю!» або «Сталін капут!» вважалися заміною паперової листівки²⁵.

Такі прийоми у психологічній війні передбачали, що солдати Червоної армії не знали чого очікувати від німецького полону і всі їх знання були заточені на те, що радянський солдат не здається у полон, а якщо продовжувати боротьбу неможливо – потрібно покінчити життя самогубством, бажано разом із кількома німецькими вояками. Аби зменшити страх капітуляції використовувалося кілька прийомів – запевнення у дотриманні Женевських конвенцій, обіцянки кращих умов утримання, раціоналізація здачі (не боягузтво, а розумний вибір), створення уявної товарищескості через фото допомоги пораненим, повідомлення про просування вермахту та окупацію малої батьківщини воїнів, гарантії анонімності переходу (Lloydlangston, A. & Lo, T. 2008, p. 43–44).

На допитах дуже часто запитували про ефективність пропагандистських матеріалів, які використовували на лінії фронту. Відгуки щодо них були різними, наведемо кілька свідчень:

1) Різко негативні. Генерал-майор М. І. Потапов згадував: «Німецькі листівки [...] часто дуже дивні. Деякі папірці справляли майже комічне враження. Зовсім негативний ефект мали листівки з незрозумілими словами, які, ймовірно, мали виглядати особливо народними. Гасло: “Бий жида-політрука, пика просить цеглину!”²⁶ часто висміювалося, його сенс майже ніхто не розумів»²⁷. Полонений генерал-майор К. Є. Куліков так оцінив одну з листівок: «Пропаганда могла б бути хорошою [...] Одна з них [листівок] “була грубо” і незграбно зроблена: листівка із радянською зіркою, молотом і серпом та віршем»^{28;29}.

2) Нейтральні або невизначені. З допиту командира 847-го стрілецького полку та його ад'ютанта: «[...] щодо ефективності наших агітаційних листівок, обидва полонені [...] ухилилися від чіткої відповіді. Вони обоє сказали: “Є різні думки. Одні читають їх, інші – ні. Деякі вірять обіцянкам німців, інші – скептично налаштовані або зовсім не довіряють”. Проте обидва офіцери

²⁰ BArch. Flugblatt “Ihr seid umzingelt”. 1942. RW 4/263. Арк. 105–106.

²¹ BArch. Flugblatt-Propaganda in den Feind (Osten). 3 лип. 1943 р. R 55/1290. Арк. 97–107.

²² BArch. Flugblatt. 1941. RW 4/263. Арк. 51–52.

²³ Die Deutsche Wochenschau Nr. 568, 1941. URL: <https://tinyurl.com/yfw4s2aj> [дата зверн.: 10.09.2025; тайм-код: 11:40–12:23].

²⁴ Російський державний воєнний архів (далі – РДВА). Gefangenenernehmung vom 2.9.41. Оп. 1. Спр. 103. Арк. 9.

²⁵ BArch. Flugblatt. 1941. RW 4/263. Арк. 32.

²⁶ Flugblatt “Offiziere und Soldaten der Roten Armeel!”. URL: <https://tinyurl.com/r7y9ynm5> [дата зверн.: 10.09.2025].

²⁷ РДВА. Vernehmung des gefangenen Oberbefehlshabers der 5. russ. Armee Generalmajor Potapow. Оп. 1. Спр. 104. Арк. 21.

²⁸ РДВА. Vernehmung des Generalmajors Kulikow. Оп. 1. Спр. 103. Арк. 5.

²⁹ Passierschein “Links der Hammer, rechts die Sichel”. URL: <https://tinyurl.com/58yw35xm> [дата зверн.: 18.09.2025].

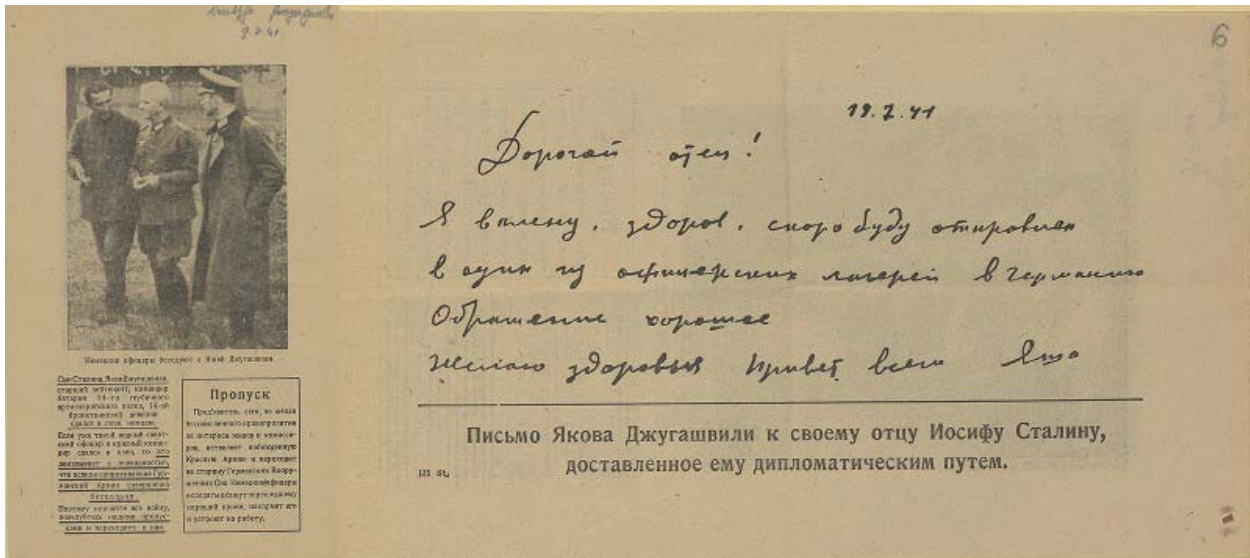


Рис. 8. Пропагандистська листівка з рукописним текстом. Автором заявлено Якова Джугашвілі. 1941 рік. Серія 135 St

зазначили, що ефект від листівок-пропаганди заперечити неможливо»³⁰.

3) Ефективні. Перебіжчик із 38-го козачого полку В. Скороход у липні 1941 р. свідчив: «Я почув по радіо заклик [...] прочитав листівки, які були скинуті з цивільного літака. Завдяки цьому я набрався довіри до німців і вирішив перейти на їхній бік»³¹.

На протипагу фотографіям, що призначалися для внутрішньої пропаганди, зображення радянських військовополонених у листівках, адресованих бійцям Червоної армії, вибудовувалися за іншою логікою: нейтральні або «дбайливі» ракурси, крупні плани окремих пізнаваних постатей, відсутність сцен насильства, кадри з їжею, медичною допомогою. Метою таких матеріалів було не демонструвати «трофеї», а переконувати, деморалізувати й формувати прийнятне ставлення до німецького полону.

Першими світлинами, що активно тиражували у листівках, стали зображення полоненого сина Й. Сталіна – Якова Джугашвілі. З цього приводу було створено кілька листівок у серії St: із фотографіями, на яких Я. Джугашвілі приязно розмовляє з німецькими офіцерами, та його рукописним зверненням до батька (рис. 8³²). Журнал «Signal» публікував «докази» ефективності цієї листівки –

³⁰ РДВА. Vernehmung des Kommandeurs Sch. Igt. 347 und dessen Adjutanten. Оп. 1. Спр. 103. Арк. 39.

³¹ РДВА. Vernehmung des Überläufers aus dem 38. Kosakenregiment W. Skorochod. Оп. 1. Спр. 102. Арк. 102.

³² Flugblatt mit Passierschein. 9 септ. 1941 р. BArch. RW 4/1207. Арк. 13–14.

фото радянських полонених із піднятими руками, у яких вони тримають нібито ці самі листівки-перепустки у полон³³.

Усі листівки із зображеннями відомих військових постатей варто оцінювати винятково в історичному контексті, а їх зміст підтверджувати іншими джерелами чи фактами. Для прикладу, в історичній повісті «Командарм Лукін» є згадка про листівку з портретом генерала В. Я. Качалова та закликом до солдатів припинити спротив і здаватися у полон (Муратов, В. & Городецкая (Лукина), Ю. 1990, с. 353–354). З огляду на долю генерала В. Я. Качалова (загинув у бою 4 серпня 1941 р. біля села Старинки Стодолицького району Смоленської області) така листівка, якщо й існувала, то могла бути продуктом фальсифікації німецької пропагандистської машини або ж вигадкою радянської пропаганди.

Дослідники О. Чорний та К. Москальчук спростовують міф про нібито існування агітаційної листівки з фото полоненого генерал-майора П. Г. Понеділіна, на якому він «піднімає келих шампанського за перемогу вермахту». Автори доводять, що цей мотив не підтверджується жодним із доступних корпусів джерел. Історію про «келих шампанського» вони кваліфікують як пізній міф, що виник із некритичних переказів і спекуляцій навколо реальних фотосесій полонених генералів П. Г. Понеділіна та М. К. Кирилова (Москальчук, К. & Чорний, О. 2024, с. 74–75).

³³ Il figlio di Stalin si arrende. Signal. 1941. № 17. С. 1–3.

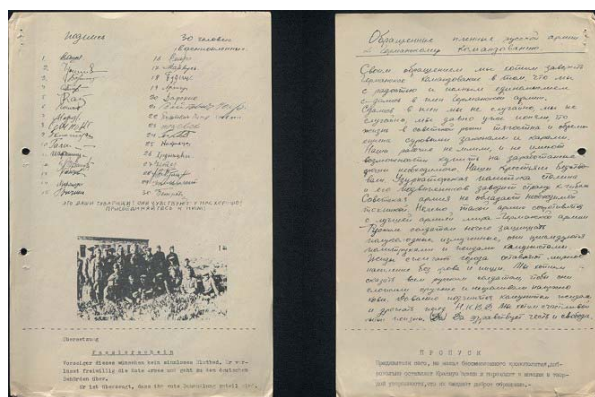


Рис. 9. Листівка-звернення до побратимів

У міру розгортання бойових дій на Східному фронті обсяг візуальних матеріалів, задіяних у пропаганді, невпинно зростає. Допити військовополонених та перебіжчиків давали змогу зрозуміти запити червоноармійців і внести правки у формати листівок – коригувалися їх тематика, риторика, візуальні коди та форм-фактори³⁴.

Використання рукописного тексту на листівках мало засвідчити достовірність представленого матеріалу. Деякі листівки маскували під листи із тилкових районів, окупованих Райхом³⁵. Такий вид агітації містив заклики здаватися у полон від імені матерів і дружин червоноармійців. Іншим варіантом використання рукописного тексту було безпосереднє звернення військовополонених до своїх товаришів із запевненням, що у німецькому полоні краще, ніж на фронті (рис. 9³⁶).

У 1942 р. у Німеччині проаналізували ефективність листівкової пропаганди та внесли корективи. Найбільших змін зазнали перепустки у полон: був доданий штамп із зображенням німецького орла зі свастикою, щоб надати їй характеру офіційного документа (також використовували зображення багнета, вписаного у трикутник); перепустки тепер могла використовувати необмежена кількість військових (офіцери та політпрацівники^{37;38}).

Після заборони радянським військовим торкатися листівок, які поширював вермахт, їх фор-

ма набула незвичного вигляду (Айзенштадт, Я. 1991, с. 47–48). Це могли бути листівки, що видавалися схожими на пам'ятки про збереження здоров'я, брошури із творами Леніна чи навіть російсько-німецький словник видавництва «Воєниздат»³⁹ із лексикою для здачі і поводження в полоні. Формат типових листівок мав бути зменшений, щоб її легко можна було заховати. Папір мав бути придатним для скручування цигарок, що мало мінімізувати ризики для червоноармійця у випадку затримання з листівкою – листівку не читав, просто підібрав для самокрутки⁴⁰, але вже з 1943 р. ця практика перестала бути поширеною через дефіцит такого паперу⁴¹.

За матеріалами звіту, представленого в «Інструкції щодо активної пропаганди в Червоній армії з особливим урахуванням листівкової пропаганди», найвищі показники ефективності поширених матеріалів припадають на 1942 рік⁴². Звіт 9-ї армії вермахту, яка на початку 1942 р. перебувала у районі Ржева, дає змогу зрозуміти масштаби поширення листівок у зоні відповідальності лише однієї армії: «У лютому місяці авіацією [...] було скинуто 210 000 листівок. Ці листівки застосовувалися майже виключно в точках найзапекливіших боїв. [...] полонені червоноармійці останнім часом знову заявляють, що вони мало помічають німецьку пропаганду й що багато їхніх товаришів хотіли б дезертирувати, якби їм у руки потрапляли листівки або інші пропагандистські матеріали. Це доводить, що використання листівок усе ще недостатнє»⁴³. Згідно зі звітом, підготовленим для Й. Геббельса в липні 1943 р., загальний наклад брошур для скидання та листівок, підготовлених RMVP повністю або у співпраці з ОКВ, становив близько 500 млн примірників⁴⁴.

1943 рік позначився появою листівок із повідомленнями від полонених офіцерів Червоної

³⁹ Flugblatt mit Passierschein “Zur Hilfe für den Soldaten”. URL: <https://tinyurl.com/mr23e7ze> [дата зверн.: 10.09.2025].

⁴⁰ BArch. Richtlinien für die Aktivpropaganda in die Sowjetarmee. 1 верес. 1942 р. RW 4/263. Арк. 13–15.

⁴¹ BArch. Flugblatt-Propaganda in den Feind (Osten). 3 лип. 1943 р. R 55/1290. Арк. 105.

⁴² BArch. Unterlagen für einen Unterricht über die Aktivpropaganda in die Sowjet-Armee unter besonderer Berücksichtigung der Flugblatt-Propaganda. 3 берез. 1943 р. RW 4/263. Арк. 3–5.

⁴³ BArch. Flugblatteinsatz. 14 лют. 1942 р. RH 20-9/267.

⁴⁴ BArch. Flugblatt-Propaganda in den Feind (Osten). 3 лип. 1943 р. R 55/1290. Арк. 107.

армії. У них наголошувалося, що командири перебувають під німецьким захистом і вони працюють у комітеті, що визначить формат повоєнного державного утворення. Однією з таких листівок був аркуш із зображенням А. А. Власова та передруку його листа «Чому я став на шлях боротьби з більшовизмом»⁴⁵. Ця листівка, за звітами пропагандистів, справила великий ефект, що стало приводом для проведення ініційованої ОКВ спеціальної операції, спрямованої на командирів Червоної армії – Aktion «Silberstreif» (Акція «Срібна смуга»), яку провели у травні–вересні 1943 року. Мета її полягала у збільшенні кількості перебіжчиків саме з командного складу, щоб спровокувати хаос у лавах Червоної армії. Основною цією операції стала листівка «Наказ № 13»⁴⁶, що дублювала текст наказу Верховного головнокомандування вермахту про те, що офіцерів РСЧА, які добровільно переходять на німецький бік, варто вважати не військовополоненими, а тими, хто стали частиною вермахту, з наданням значно кращих умов утримання, ніж у полонених.

Загальний план операції передбачав скидання з літаків до одного мільярда листівок по усій протяжності Східного фронту, досягнувши особливого зосередження в зоні діяльності групи армій «Центр» перед початком операції «Цитадель». Але результати акції виявилися мінімальними. У зоні діяльності групи армій «Північ» кількість перебіжчиків не збільшилася, а у смузі групи армій «Центр» – дещо зросла з початком наступальних дій вермахту, але не змогла досягти показників 1942 року.

Особливої уваги у контексті обраної нами теми заслуговують серії листівок формату 20,8 на 14,5 сантиметрів «Що розповідають ваші товариші» та мініатюрні листівки розміром 5,2 на 7,2 сантиметри із серії «З життя військовополонених», що набули поширення у 1943–1944 роках. На таких листівках з одного боку наводилася типова історія військовополоненого, у якій були присутні такі компоненти: жахи і труднощі служби у Червоній армії, страх перед полоном та на його початку, розуміння, що в німецькому полоні чудові умови та дозволялося працювати за спеціальністю. На малих форматах було зображено лише перепустку в полон. Використані у листів-

⁴⁵ Deutsches Flugblatt zur “Russischen Befreiungsarmee”. URL: <https://tinyurl.com/2tdx52e6> [дата зверн.: 18.09.2025].

⁴⁶ Flugblatt “Befehl Nr. 13 des Oberkommandos der Deutschen Armee”. URL: <https://tinyurl.com/26xrus3d> [дата зверн.: 18.09.2025].



Рис. 10. Листівка з серії «Що розповідають ваші товариші», 1944 рік. Серія: 963/V. 44

ках фотографії однозначно мають постановочний характер, їх сюжети різноманітні: перший робочий день на заводі⁴⁷, робота у пекарні⁴⁸, чаювання з новоприбулими⁴⁹, відпочинок після роботи^{50:51}, висаджування квітника біля барака (!) (рис. 10)⁵² тощо. Військовополонені на фото зображені задоволеними і демонструють позитив від перебування у полоні. Ці серії листівок є прикладом позитивної пропаганди, що ідеально поєднувала пропаганду страху і розкладання морального духу, що застосовувалися проти військовослужбовців Червоної армії.

Із просуванням лінії фронту на захід відбулися зміни у кадровому складі пропагандистських військ, їх чисельність помітно зменшилася порівняно з початком війни. Вермахт та RMVP вже не могли підготувати достатньо матеріалів через дефіцит сировини, а результативність листівкової пропаганди наприкінці 1944 – початку 1945 рр. викликала сильні сумніви.

⁴⁷ Flugblatt “Was Eure Kameraden erzählen”. URL: <https://tinyurl.com/4c6s4pje> [дата зверн.: 18.09.2025].

⁴⁸ Flugblatt “Was Eure Kameraden erzählen”. URL: <https://tinyurl.com/9p7kk5u4> [дата зверн.: 18.09.2025].

⁴⁹ Propagandaflugblatt “Glauben Sie nur den Fakten!”. URL: <https://tinyurl.com/4je8fbaf> [дата зверн.: 18.09.2025].

⁵⁰ Propagandaflugblatt “Kleine Berechnung”. URL: <https://tinyurl.com/c4ah7nru> [дата зверн.: 18.09.2025].

⁵¹ Flugblatt “Soldaten, Offiziere und Politarbeiter!”. URL: <https://tinyurl.com/y9n7sva5> [дата зверн.: 18.09.2025].

⁵² Propagandaflugblatt “Soldaten und Offiziere der Roten Armee”. URL: <https://tinyurl.com/4eb98pr8> [дата зверн.: 18.09.2025].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження показало, що використання образу радянських військовополонених провадили двома шляхами. По-перше, у внутрішньому медіапросторі Райху (преса, кіножурнали) сюжети створювали за усталеними довоєнними пропагандистськими лекалами: домінантне становище арійської раси, расистська типологізація народів СРСР, загроза більшовизму, що дозволяло легітимізувати війну на Сході та мало посилювати мобілізацію німецького суспільства. По-друге, у фронтовій агітації образ полоненого зазнавав змін для психологічного тиску на червоноармійців: відмова від сцен приниження на користь позитивних кадрів, наголос на вигодах полону та інструкції для переходу лінії фронту, щоб знизити страх полону та перекласти сумнів у дію.

На ранньому етапі листівкова пропаганда здебільшого не використовувала зображень і майже не апелювала до образів військовополонених: переважали текстові матеріали із базовими інструкціями здачі та перепустками. Еволюція форматів і меседжів стала наслідком динаміки бойових дій, накопиченого зворотного зв'язку через допити полонених, а також матеріалів для пропаганди

(фото, листи тощо). Потреба підвищити довіру до листівок сприяла появі фотографій, рукописних «свідчень», локалізованих звернень, персоналізованих історій та гарантій. Образ радянського військовополоненого у листівках був представлений раціональною особою, яка обирає життя, а не марну кровопролитну боротьбу. Метою такої пропаганди було нейтралізувати радянські табу та надати діям перебіжчиків логічного пояснення.

Оцінка результативності використання образу радянських військовополонених свідчить про обмежений успіх: внутрішня пропаганда почала суперечити сама собі, в 1943 р. змінюючи образ бранців з «недолюдей» на звичайних працівників зі Сходу, з якими німці мають співпрацювати для перемоги. Фронтowa пропаганда, попри успіхи у 1942 р., системного зламу морального стану Червоної армії не досягла, а до 1945 р. стала абсолютно неефективною з огляду на просування РСЧА на захід та очевидну поразку Німеччини.

Перспективою подальших досліджень у царині воєнної пропаганди може бути комплексна робота з порівнянням ефективності якісного впливу листівкової пропаганди на червоноармійців та вояків вермахту із залученням нових архівних джерел.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

- Arani, M. Y. (2002). "Und an den Fotos entzündete sich die Kritik". Die "Wehrmachtsausstellung", deren Kritiker und die Neukonzeption. Ein Beitrag aus fotohistorisch-quellenkritischer Sicht. *Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie*. № 85/86, s. 197–124.
- Blank, M. & Quinkert, B. (2021). *Dimensionen eines Verbrechens. Sowjetische Kriegsgefangene im Zweiten Weltkrieg*. Berlin: Metropol Verlag.
- Fischer, K. (comp.). (1940). *Die Wehrmacht*. Berlin : Verlag "Die Wehrmacht", 296 s.
- Kallis, A. (2005). *Nazi Propaganda and the Second World War*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
- Kranzl, K. (2011). *Der katholische Divisionspfarrer Alois Beck (1907–1979) und seine Farbdias aus dem Zweiten Weltkrieg. Eine historische Quellenkritik*. (Doktorarbeit). Wien.
- Lloydlangston, A. & Lo, T. (2008). "The POW Will Safely Return!": Second World War Allied and German Propaganda Leaflets. *Canadian Military History*. № 17 (3), p. 43–56.
- Matthäus, J. (2025). Gerahmte Gewalt. Private Fotoalben von Deutschen im "Osteinsatz" und die kollektive Erinnerung an den Zweiten Weltkrieg URL: https://www.youtube.com/watch?v=SZwzQzJB1u8&ab_channel=FritzBauerInstitut [дата зверн.: 11.09.2025].
- Meissel, L. (2022). Capturing Bolshevism: SS photographs of Soviet POWs at concentration camps. *S: I. M. O. N. – Shoah: Intervention. Methods. Documentation*. № 9 (1), p. 58–70. <https://doi.org/10.23777/sn.0122>.
- Nietzel, B. (2020). Knowing the enemy: Propaganda experts, intelligence, and total war (1941–1945). *KNOW: A Journal on the Formation of Knowledge*. № 4 (2), p. 203–230. <https://doi.org/10.1086/710328>.
- Paige, V. (2022). The Rouged Army: Soviet Women Soldiers' Counternarratives of the Great Patriotic War. URL: <https://kb.osu.edu/bitstreams/a43209f2-c896-49b7-b194-8a9638c14a58/download> [дата зверн.: 08.08.2025].
- Poprawa, M., (2017). Propaganda as a weapon and a tool of totalitarian power: The image of the concept in the common discourse of the war and occupation years 1939–1945. *Język a Kultura*. № 27, p. 177–211. <https://doi.org/10.19195/1232-9657.27.12>.

Reuth, R. G. (ed.). (1992). *Goebbels J. Die Tagebücher 1924–1945* (Band 3: 1935–1939). URL: <https://tinyurl.com/wbws6nzu> [дата зверн.: 08.08.2025].

Tytarenko, D., Flickinger, B. & Derksen, A. (2018). NS-Propaganda im Militärverwaltungsgebiet der Ukraine: Ziele, Mittel und Wirkungen / National Socialist Propaganda in the Ukraine Military Administration Area: Aims, Means, and Effects. *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*. № 66 (4), p. 620–650.

Uziel, D. (2015). Propaganda, Kriegsberichterstattung und die Wehrmacht. Stellenwert und Funktion der Propagandatruppen im NS-Staat. (Eds. R. Rother & J. Prokasky). *Die Kamera als Waffe. Propagandabilder des Zweiten Weltkrieges*. München: Leibniz-Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam, s. 13–36.

Айзенштадт, Я. (1991). *Записки секретаря военного трибунала*. London: Overseas Publications Interchange Ltd.

Долгорученко, К. (2021). *Організація та діяльність спеціального апарату пропаганди гітлерівської Німеччини на території Рейхскомісаріату «Україна» (на матеріалах спецвідділу «Вінета»): історико-правове дослідження*: дис. ... д-ра філософії в галузі права. Дніпро, 250 с.

Москальчук, К. & Чорний, О. (2024). Фотознімки полонених в «уманському котлі» радянських воєначальників у серпні 1941 року як джерело інтерпретацій воєнно-історичних подій. *Воєнно-історичний вісник*. № 50 (4), с. 66–78. <https://doi.org/10.33099/2707-1383-2023-50-4-66-78>.

Муратов, В. В. & Городецкая (Лукина), Ю. М. (1990). *Командарм Лукин*. Москва: Воениздат, 351 с.

Салата, О. О. (2014). Інформаційні процеси на території України під час Другої світової війни. (Ред. С. С. Троян). *Перша та друга світові війни в історії людства (до 100-річчя початку Першої і 75-річчя початку Другої світових воєн)*. Київ: ДП «НВЦ «Пріоритети», с. 238–255.

REFERENCES

Aizenshtadt, Ya. (1991). *Zapiski sekretaria voennogo tribunala* [Notes of a Military Tribunal Secretary]. London: Overseas Publications Interchange Ltd. [in Russian].

Arani, M. Y. (2002). “Und an den Fotos entzündete sich die Kritik”. Die “Wehrmachtsausstellung”, deren Kritiker und die Neukonzeption. Ein Beitrag aus fotohistorisch-quellenkritischer Sicht. *Fotogesichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie*. № 85/86, s. 197–124. [in German].

Blank, M. & Quinkert, B. (2021). *Dimensionen eines Verbrechens. Sowjetische Kriegsgefangene im Zweiten Weltkrieg*. Berlin: Metropol Verlag. [in German].

Dolhoruchenko, K. (2021). *Orhanizatsiia ta diialnist spetsialnoho aparatu propahandy hitlerivskoi Nimechchyny na terytorii Reikhskomisariatu «Ukraina» (na materialakh spetsviddilul “Vineta”): istoryko-pravove doslidzhennia* [Organization and Activities of the Special Propaganda Apparatus of Nazi Germany in the Territory of Reichskommissariat “Ukraine” (Based on Materials of the Special Department “Vineta”): A Historical-Legal Study]. (Candidate’s thesis). Dnipro, 250 s. [in Ukrainian].

Fischer, K. (comp.). (1940). *Die Wehrmacht*. Berlin : Verlag “Die Wehrmacht”, 296 s. [in German].

Kallis, A. (2005). *Nazi Propaganda and the Second World War*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan. [in English].

Kranzl, K. (2011). *Der katholische Divisionspfarrer Alois Beck (1907–1979) und seine Farbdias aus dem Zweiten Weltkrieg. Eine historische Quellenkritik*. (Doktorarbeit). Wien. [in German].

Lloydlangston, A. & Lo, T. (2008). “The POW Will Safely Return!”: Second World War Allied and German Propaganda Leaflets. *Canadian Military History*. № 17 (3), p. 43–56. [in English].

Matthäus, J. (2025). Gerahmte Gewalt. Private Fotoalben von Deutschen im “Osteinsatz” und die kollektive Erinnerung an den Zweiten Weltkrieg URL: https://www.youtube.com/watch?v=SZwzQzJB1u8&ab_channel=FritzBauerInstitut [Accessed: 11.09.2025]. [in German].

Meissel, L. (2022). Capturing Bolshevism: SS photographs of Soviet POWs at concentration camps. *S: I. M. O. N. – Shoah: Intervention. Methods. Documentation*. № 9 (1), p. 58–70. <https://doi.org/10.23777/sn.0122>. [in English].

Moskalchuk, K. & Chornyi, O. (2024). *Fotoznimky polonenykh v “umanskomu kotli” radianskykh voienachalnykiv u serpni 1941 roku yak dzhерело interpretatsii voienno-istorychnykh podii* [Photographs of Captured Soviet Commanders in the “Uman Pocket” in August 1941 as a Source for Interpreting Military-Historical Events]. *Voienno-istorychnyi visnyk*. № 50 (4), s. 66–78. <https://doi.org/10.33099/2707-1383-2023-50-4-66-78>. [in Ukrainian].

- Muratov, V. V. & Gorodetskaya (Lukina), Yu. M. (1990). *Komandarm Lukin*. Moskva: Voenizdat, 351 s. [in Russian].
- Nietzel, B. (2020). Knowing the enemy: Propaganda experts, intelligence, and total war (1941–1945). *KNOW: A Journal on the Formation of Knowledge*. № 4 (2), p. 203–230. <https://doi.org/10.1086/710328>. [in English].
- Paige, V. (2022). The Rouged Army: Soviet Women Soldiers' Counternarratives of the Great Patriotic War. URL: <https://kb.osu.edu/bitstreams/a43209f2-c896-49b7-b194-8a9638c14a58/download> [Accessed: 08.08.2025]. [in English].
- Poprawa, M., (2017). Propaganda as a weapon and a tool of totalitarian power: The image of the concept in the common discourse of the war and occupation years 1939–1945. *Język a Kultura*. № 27, p. 177–211. <https://doi.org/10.19195/1232-9657.27.12>. [in English].
- Reuth, R. G. (ed.). (1992). *Goebbels J. Die Tagebücher 1924–1945* (Band 3: 1935–1939). URL: <https://tinyurl.com/wbws6nzu> [Accessed: 08.08.2025]. [in German].
- Salata, O. O. (2014). Informatsiini protsesy na terytorii Ukrainy pid chas Druhoi svitovoi viiny [Information Processes in the Territory of Ukraine during the Second World War]. (Red. S. S. Troian). *Persha ta druha svitovi viiny v istorii liudstva (do 100-richchia pochatku Pershoi i 75-richchia pochatku Druhoi svitovykh viin)*. Kyiv: DP “NVTs “Priorytety”, s. 238–255. [in Ukrainian].
- Tytarenko, D., Flickinger, B. & Derksen, A. (2018). NS-Propaganda im Militärverwaltungsgebiet der Ukraine: Ziele, Mittel und Wirkungen / National Socialist Propaganda in the Ukraine Military Administration Area: Aims, Means, and Effects. *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*. № 66 (4), p. 620–650. [in German].
- Uziel, D. (2015). Propaganda, Kriegsberichterstattung und die Wehrmacht. Stellenwert und Funktion der Propagandatruppen im NS-Staat. (Eds. R. Rother & J. Prokasky). *Die Kamera als Waffe. Propagandabilder des Zweiten Weltkrieges*. München: Leibniz-Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam, s. 13–36. [in German].

Yana PASTUKHOVA

*Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State
University (Kropyvnytskyi, Ukraine)*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7042-9676>

THE WAR FOR CONSCIOUSNESS: SOVIET PRISONERS OF WAR IN THE SYSTEM OF GERMAN WAR PROPAGANDA

The article synthesizes the experience of Nazi agitation and propaganda policy regarding the incorporation of representations of Soviet prisoners of war into the propaganda system of the Third Reich. The research focuses on visual and textual techniques of influence, particularly the use of photographs published in newspapers, leaflets, and newsreels, as well as the mechanisms of dissemination of propaganda materials and their effectiveness. The role of Wehrmacht propaganda units, their formation, and their functioning during military operations on the Eastern Front in 1941–1945 are examined. The analysis explores the use of photographs and newsreel footage as instruments of influence, distinguishing between materials intended for domestic propaganda within the Reich – aimed at glorifying the Wehrmacht and constructing the image of the enemy through representations of Soviet prisoners of war – and those distributed among Soviet troops at the front in order to demoralize them and encourage defection. Based on a content analysis of German propaganda leaflets, the article traces the evolution of propaganda rhetoric in response to changes in the course of military operations during the Second World War.

The author emphasizes that the use of the image of Soviet prisoners of war for propaganda purposes was systematic and multichannel. However, at the strategic level it proved insufficient to achieve a decisive breakdown of the opponent's morale through psychological warfare.

Keywords: *archival sources, prisoners of war, Second World War, ideological control, propaganda, psychological warfare, Eastern Front, Red Army.*

Стаття надійшла 19.10.2025

Стаття прийнята до друку 26.01.2026