

О. М. Холод,  
д-р філол. наук, професор кафедри  
журналістики і міжнародних відносин,  
Київський національний університет  
культури і мистецтв

Kholod Oleksandr,  
Doctor of Philological Sciences, Professor of Department  
of Journalism and International Relations,  
Kyiv National University of  
Culture and Arts

УДК 3007:304:070+004.9+001

## **Газети рейхскомісаріату «Україна»: комунікаційні технології соціального інжинірингу (від 1 вересня 1941 р. До 17 липня 1942 р.)**

## **Newspaper of reichscommissariat “Ukraine”: communication technologies of social engineering (from september 1, 1941 till july 17, 1942)**

**РЕФЕРАТ.** У статті сформульовано мету: описати та класифікувати комунікаційні технології соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна» (РКУ) у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.

За результатами дослідження: 1) визначено, що найактивніше в газетах РКУ першого року його існування застосовувалися технології першого етапу соціального інжинірингу (а саме – ідентифікації); 2) досить активно автори журналістських матеріалів зверталися до комунікаційних технологій, які декларували «дифузний» характер злиття двох етапів соціального інжинірингу, а саме – ідентифікації та моделювання; 3) досить неактивно (лише у 9 % випадків) журналісти профашистських газет РКУ зверталися до комунікаційних технологій етапу моделювання реальності.

Висновки: автори журналістських матеріалів не прагнули цілеспрямовано моделювати майбутню реальність «нового порядку» «Великонімеччини», а також не мали достатніх журналістських підготовки та досвіду для реалізації гебельсовсько-гітлерівських задумів.

**Ключові слова:** газети, Рейхскомісаріат «Україна», ідентифікація, моделювання, верифікація.

**ABSTRACT.** In the article an author formulates an aim to describe and classify communication technologies of social engineering in the newspapers of Reichscommissariat “Ukraine” (RCU) for the period from September 1, 1941 to July 17, 1942.

On the results of the study it was ascertained that: 1) technologies of the first stage of social engineering (namely, identification) were used more actively in the newspapers RCU on the first year of its existence; 2) the authors of journalistic materials used quite actively the communication technologies that declared “diffusive” character of confluence of two stages of social engineering, namely, identification and modeling; 3) quite not actively (only in 9% cases) the journalists of pro-fascist newspapers RCU used communication technologies of the stage of reality modeling.

Conclusions: the authors of journalistic materials did not aim at modeling future reality of “new order” of “Greatgermany”, and also did not have sufficient journalistic experience for realization of Goebbels and Hitler intentions.

**Keywords:** newspapers, Reichscommissariat “Ukraine”, identification, modeling, verification.

**Вступ.** Проблема, яку ми вивчаємо, полягає в тому, що донині невідомий перелік специфічних комунікаційних технологій соціального

інжинірингу, що використовувався в газетах Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.



Об'єктом дослідження обрано соціальний інжиніринг у газетах Рейхскомісаріату «Україна» (від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.), предметом – комунікаційні технології соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна» (від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.).

Метою дослідження визначено виокремлення, опис та класифікацію комунікаційних технологій соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.).

Методологія дослідження

Для досягнення мети ми звернулися до таких чотирьох груп методів наукового пізнання:

- 1) загальні (діалектичний метод);
- 2) загальнонаукові методи (аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, аналогія та класифікація);
- 3) методи теоретичного дослідження (статистичні методи);
- 4) методи емпіричного дослідження (спостереження, опис та вимірювання).

Методика вивчення передбачала такі дослідницькі процедури:

- 1) аналіз джерел, що свідчать про адміністративно-господарський устрій Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.;
- 2) з'ясування конкретного переліку й назв газетних видань (із зазначенням міст їхнього видання);
- 3) здійснення контент-аналізу за одиницями «слово» й «тема» для визначення і виокремлення комунікаційних технологій соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна», що виходили у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.);
- 4) опис та класифікація виявлених технологій згідно з концепцією етапів реалізації соціального інжинірингу, запропонованою О. Холодом (2014) [11; 13].

Критерії пошуку комунікаційних технологій соціального інжинірингу в пресі Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.). Оскільки соціальний інжиніринг передбачає три основних етапи (перший етап – ідентифікація моделей соціальних дій, взаємодії та відносин; другий етап – на базі ідентифікованих моделей формування нових моделей; третій етап – верифікація, або практична перевірка, нових моделей), ми передбачили, що на кожному етапі будуть залучені характерні комунікаційні технології. Згідно з такою концепцією гіпотетично ми передбачаємо дію конкретних технологій у друкованих ЗМІ (газетах), що виходили на гроші окупантів на території Рейхскомісаріату

в період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.).

Отже, під час здійснення соціального інжинірингу на першому етапі ідентифікації існуючих моделей соціальних дій, взаємодії та відносин можливі такі комунікаційні технології в газетах:

- 1) декларація невербальних (у вигляді гербів, малюнків) та вербальних символів (у словах та ідіомах з орієнтацією на національно-етнічні ознаки);
- 2) розміщення на шпальтах газет світлин з певних знакових для нового устрою подій (фотографії рукоштовкання Гітлера і Бормана, Гітлера і Геббельса та ін.);
- 3) розміщення на шпальтах газет карикатур, спрямованих проти союзу Великої Британії та США із СРСР;
- 4) зведені дані про перебіг боїв (про втрати «советських» ворожих сил, про перемоги непереможної Німецької армії на фронтах Північної Африки, на Далекому та Близькому Сході, в Південній Європі тощо);
- 5) оголошення підприємців про виготовлення товарів загального вжитку, продуктів харчування тощо.

Під час другого етапу здійснення соціального інжинірингу (на базі ідентифікованих моделей формування нових моделей) ми передбачаємо реалізацію таких комунікаційних технологій у газетах, що видавалися на гроші окупантів:

- 1) публікація журналістських матеріалів у формі розповідей земляків-українців про переваги нового німецького державного устрою, про пільги тим, хто готовий служити новому порядку Великої Німеччини;
- 2) публікація оголошень про працевлаштування охочих служити новому європейському німецькому порядку;
- 3) публікація журналістських матеріалів (у формі оповідань, оповідей, нарисів, есе) про високі культурні досягнення німецького народу;
- 4) публікація звітів та репортажів про партійні, господарські та творчі форуми (з'їзди, наради) і текстів виступів відомих вождів-пропагандистів та керівників німецького нового порядку: А. Гітлера, Й. Геббельса, Е. Коха, Р. Гесса, В. Гросса, Р. Лея, Г. Шольц-Клінк, Ю. Штрейхера та ін.

Під час третього етапу (верифікації, або практичної перевірки, нових моделей) соціального інжинірингу були активізовані такі комунікаційні технології у газетах:

- 1) розповідь про те, які наслідки настали після певної дії (наприклад, після переселення українців до Німеччини);



2) інформаційні повідомлення про те, що перемовини завершилися підписанням угоди про співпрацю (наприклад, про співпрацю Німеччини і Японії, Німеччини і Румунії та ін.).

Результати й обговорення

Виконуючи першу процедуру методики дослідження (аналіз джерел, що свідчать про адміністративно-господарський устрій Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.), ми з'ясували, що, за даними попередніх досліджень [1–2; 4–10; 15–17], на території Рейхскомісаріату «Україна» (частина окупованої території УРСР) від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р. діяли шість генеральних округів, а саме: Волинь/Поділля (центр у м. Рівне); Житомир, Київ, Миколаїв, Дніпропетровськ та частина Таврії/Криму (центр у м. Мелітополь). У зазначений період на території згаданих шести округів видавалися на гроші окупантів 34 газети (10 газет видавалися 1941 р. і 24 газети – 1942 р.).

1941 р. видавалися 10 таких газет: «Голос Волині» (місто видання – Житомир); «Дзвін» (місто видання – Біла Церква); «Дзвін» (місто видання – Кривий Ріг); «Дніпропетровська газета» (місто видання – Дніпропетровськ); «Звільнена Україна» (м. Богуслав Дніпропетровської області); «Нове українське слово» (м. Київ); «Останні вісті» (м. Київ); «Українська думка» (м. Миколаїв); «Українське життя» (м. Бориспіль Київської області); «Українське слово» (м. Житомир).

1942 р. видавалися 24 таких газети: «Васильківські вісті» (м. Васильків Київської області); «Відродження» (м. Тараща Київської області); «Вісті» (м. Рівне); «Волинь. Український часопис» (м. Рівне); «Голос Волині» (м. Житомир); «Голос Сарненщини» (м. Сарни Рівненської області); «Дніпропетровська газета» (м. Дніпропетровськ); «Звягельське слово» (м. Звягель, нині – м. Новоград-Волинський Житомирської області); «Іванківські вісті» (м. Іванків Київської області); «Ковельські вісті» (м. Ковель Волинської області); «Козятинська газета» (м. Козятин Волинської області); «Костопільські вісті» (м. Костопіль Рівненської області); «Наше слово» (м. Береста Рівненської області); «Наші вісті» (м. Любомль Волинської області); «Нове українське слово» (м. Київ); «Переяславські вісті» (м. Переяслав Київської області); «Последние новости» (м. Київ); «Ружинський вісник» (м. Ружин Житомирської області); «Українець» (м. Павлоград Дніпропетровської області); «Українська думка» (м. Миколаїв); «Українське життя» (м.

Бориспіль Київської області); «Український голос» (м. Луцьк); «Український хлібороб» (м. Київ); «Український хлібороб» (м. Рівне).

Виконуючи третю дослідницьку процедуру, ми здійснили контент-аналіз за одиницями «слово» й «тема» для визначення і виокремлення комунікаційних технологій соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна», що виходили у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р. (результати див. у табл. 1–6 та у діаграмах 1–4 у Додатках А–М).

Показники діаграми 1, в якій відбито діапазон і частотність застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу на трьох етапах: ідентифікації (Ід), моделювання (Мод), верифікації (Вер) та в «ланцюжках»: «Ід + Мод»; «Ід + Мод + Вер»; «Ід + Вер»; «Мод + Вер», дозволили зафіксувати перелічені далі особливості.

1. Найвищий показник (56 %) відповідає застосуванню комунікаційних технологій (далі – КТ) на етапі «ідентифікація». Якісне наповнення таких ідентифікаційних технологій у пресі Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1.09.1941 р. до 17.07.1942 р. має типові КТ, до яких належать:

1) інформаційні повідомлення про події в країні та у світі (55,9 %);

2) інші нечастотні технології (18,9 %).

3) оголошення (про виготовлення товарів загального вжитку, продуктів харчування; про недійсність загублених документів, про смерть мешканців міста, села, селища; про інше) – 10,1 %.

2. Наступним за частотністю (31,1 %) слід вважати показник, що характеризує вживання технологій, притаманних «дифузній зоні», який ми назвали «ланцюжок» «ідентифікація + моделювання». Комунікаційними технологіями такого «ланцюжка» є:

1) інформаційні повідомлення, огляди, звіти, постанови про медичну допомогу населенню в майбутньому, широку торгівлю на ринках, заготівлю палива на зиму, ремонтування пошкодженого більшовиками, роботу пленуму КМГ (49,5 %);

2) статті, в яких автори аналізують минуле й пропонують нові моделі поведінки для поліпшення життя суспільства (23,8 %);

3) оголошення, анонси вистав, кінофільмів (12,8 %).

3. Нечастотними є КТ, що реалізують другий етап (моделювання) соціального інжинірингу в пресі РКУ зазначеного періоду. Їхній показник дорівнює 9 % і презентований такими показниками частотності:

1) інформаційні повідомлення про відбудову шкіл, відновлення роботи шкіл, лікарень,



міст; курси навчання, набір секретарок, учителів, працівників на виробництво; угоди між державами, лояльними до Німеччини (39,6 %);

2) оголошення про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчош до поправки, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та ін. (23,8 %);

3) «врізки», гасла, заклики, які закликають до збирання врожаю, збору зимових речей для допомоги Німецькій армії тощо; заклики їхати до Німеччини (15,8 %).

4. Низькочастотні показники (2 % і менше) зафіксовані під час аналізу таких етапів та дифузних зон – «ланцюжків»:

1) «ідентифікація + моделювання + верифікація» (2 %);

2) «ідентифікація + верифікація» (0,85 %);

3) «верифікація» (0,85 %);

4) «моделювання + верифікація» (0,14 %).

Підсумовуючи аналіз особливостей, перелічених раніше, формулюємо висновки про те, що в пресі РКУ в період від 1.09.1941 р. до 17.07.1942 р. превалюють комунікаційні технології, які декларують ідентифікацію як перший етап соціального інжинірингу. Другий етап – моделювання реальності – майже у шість разів менше декларується комунікаційними технологіями, а третій етап – верифікація – трапляється лише в поодиноких випадках. Занотоване означає, на наш погляд, те, що преса РКУ активно застосовує комунікаційні технології ідентифікації.

Водночас, варто зазначити, що майже кожна третя комунікаційна технологія преси РКУ декларує «дифузний стан» (пограничний), або стан, при якому застосовуються як ідентифікаційні технології, так і комунікаційні технології моделювання реальності.

Подальший аналіз отриманих показників діаграм 2–5 дозволив деталізувати попередні загальні висновки й фіксувати таку деталізацію в подальшому переліку особливостей.

Аналіз отриманих даних, інтерпретованих у табл. 2 (комунікаційні технології соціального інжинірингу на першому етапі – ідентифікації), дозволив зафіксувати особливості й сформулювати висновки.

На етапі ідентифікації у процесі соціального інжинірингу в пресі РКУ були застосовані такі вісім комунікаційних технологій:

– декларація невербальних символів (у вигляді гербів, малюнків) з орієнтацією на національно-етнічні ознаки;

– декларація вербальних символів (у гаслах) з орієнтацією на українські національно-етнічні ознаки;

– розміщення на шпальтах газет світлин про певні знакові для нового устрою події (фотогра-

фії рукостискання А. Гітлера і М. Бормана, А. Гітлера і Й. Геббельса та ін.);

– розміщення на шпальтах газет карикатур (наприклад, спрямованих проти союзу Великої Британії та США із СРСР; проти Й. Сталіна, В. Черчилля чи Д. Рузвельта);

– зведені дані про перебіг боїв, звіти (про втрати «советських» ворожих сил, про перемоги непереможної Німецької армії на фронтах Північної Африки, на Далекому та Близькому Сході, в Південній Європі тощо);

– оголошення (про виготовлення товарів загального вжитку, продуктів харчування; про недійсність загублених документів, про смерть мешканців міста, села, селища; про інше);

– інформаційні повідомлення про події в країні та у світі;

– інші нечастотні технології.

Найбільш частотною виявилася комунікаційна технологія «Інформаційні повідомлення про події в країні та у світі», що пояснюється тим, що об'єктом аналізу була преса (газети) як один із дівісіх на час війни 1941–1945 рр. видів ЗМІ. Саме газети як вид ЗМІ мають інформувати читачів про перебіг подій у суспільстві.

Найменш частотною була комунікаційна технологія «декларація невербальних символів (у вигляді гербів, малюнків) з орієнтацією на національно-етнічні ознаки». Останній факт пояснюється, на наш погляд, тим, що справжньою метою війни Німеччини проти СРСР (зокрема, України) була не підтримка Української незалежної держави, а навпаки, створення умов, при яких прагнення українців мати власну незалежну державу було б нівельованим і зведеним нанівець. Саме тому комунікаційна технологія розміщення в газетах РКУ невербальних знаків національно-етнічної ідентифікації була низькочастотною.

Аналіз показників діапазону і частотності фіксації комунікаційних технологій другого етапу соціального інжинірингу – моделювання – у газетах РКУ в період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р. відбито у діаграмі 3. Отже, визначено, що згаданий діапазон становили вісім таких КТ:

1) технологія 1 – «врізки», гасла, заклики, які закликають до збирання врожаю, зимових речей для допомоги Німецькій армії та ін.; заклики їхати до Німеччини;

2) технологія 2 – інформаційні повідомлення про відбудову шкіл, відновлення роботи шкіл, лікарень, міст; курси навчання, набір секретарок, учителів, працівників на виробництво; угоди між державами, лояльними до Німеччини;

3) технологія 3 – публікація журналістсь-





ких матеріалів у формі розповідей земляків-українців про переваги нового німецького державного устрою, про пільги тим, хто готовий служити новому порядку Великої Німеччини;

4) технологія 4 – публікація оголошень про працевлаштування охочих служити новому європейському німецькому порядку; накази, постанови про «нові порядки» німців;

5) технологія 5 – публікація журналістських матеріалів (у формі оповідань, оповідей, нарисів, есе) про високі культурні досягнення німецького народу; про Україну як бастіон Європи; аналітичні статті про переваги й майбутнє Європи, Німеччини, України;

6) технологія 6 – публікація звітів та репортажів про партійні, господарські та творчі форуми (з'їзди, наради) і текстів виступів відомих вождів-пропагандистів та керівників німецького нового порядку: А. Гітлера, Й. Геббельса, Е. Коха, Р. Гесса, В. Гросса, Р. Лея, Г. Шольц-Клинк, Ю. Штрейхера та ін.;

7) технологія 7 – оголошення про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчо до поправки, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла тощо;

8) технологія 8 – світлини про житті українців у Німеччині на заробітках; про делегації українців до Німеччини.

Знову, як і під час аналізу частотності комунікаційних технологій етапу ідентифікації, на етапі моделювання найчастотнішими КТ виявилися такі три: «інформаційні повідомлення про відбудову шкіл, відновлення роботи шкіл, лікарень, міст; курси навчання, набір секретарок, учителів, працівників на виробництво; угоди між державами, лояльними до Німеччини» (39,6 %); «оголошення про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчо до поправки, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та ін.» (23,8 %); ««врізки», гасла, заклики, які закликають до збирання врожаю, зимових речей для допомоги Німецькій армії та ін.; заклики їхати до Німеччини» (15,8 %). Тенденція активного застосування КТ у газетах РКУ є типовою, на наш погляд, для преси: інформаційні повідомлення, оголошення та врізки, гасла, заклики, що характеризувало не лише фашистську пресу періоду першого року Великої Вітчизняної війни, а й період довоєнний, коли в Україні (УРСР) панувала преса тоталітарного режиму.

Під час аналізу отриманих даних та їхньої інтерпретації простежено явище «дифузії» (злиття в одному тексті ознак КТ двох-трьох етапів соціального інжинірингу). Виявлене явище в робочому порядку названо «ланцюж-ки» і зафіксовано такі їхні варіанти:

1) «ідентифікація + моделювання», або

«Ід + Мод»;

2) «моделювання + верифікація», або «Мод + Вер»;

3) «ідентифікація + моделювання + верифікація», або «Ід + Мод + Вер».

Показники діапазону і частотності застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу з ознаками першого етапу ідентифікації (Ід.) та другого етапу моделювання (Мод.), або «ланцюжку» «Ід + Мод» зафіксовано в табл. 4 та діаграмі 3. Аналіз таблиці та діаграми дозволив зафіксувати вісім таких КТ:

1) технологія 1 – друк світлин, на яких зображено будівництво об'єктів і подано підписи про те, як швидко і гарно це роблять німецькі війська;

2) технологія 2 – друк карикатури, на якій зображена теперішня дія, спрямована на майбутній результат;

3) технологія 3 – інформаційні повідомлення, огляди, звіти, постанови про медичну допомогу населенню у майбутньому, широку торгівлю на ринках, заготівлю палива на зиму, відремонтування пошкодженого більшовиками, роботу пленуму КМГ;

4) технологія 4 – накази, розпорядження, приписи, що стосуються «нового порядку» в українських селах, містечках і містах;

5) технологія 5 – статті, в яких автори аналізують минуле і пропонують нові моделі поведінки для поліпшення життя суспільства;

6) технологія 6 – друк художніх творів (нарисів, віршів, оповідань, спогадів, історичних матеріалів, гуморесок, анекдотів), в яких автори через аналіз сьогодення пропонують моделі поведінки людей у певних ситуаціях;

7) технологія 7 – оголошення, анонси вистав, кінофільмів;

8) технологія 8 – врізка-цитата, заклик, гасло, звернення.

Найчастотнішою слід визнати КТ «Інформаційні повідомлення, огляди, звіти, постанови про медичну допомогу населенню у майбутньому, широку торгівлю на ринках, заготівлю палива на зиму, ремонтування пошкодженого більшовиками, роботу пленуму КМГ» (49,5 %);

Другою за частотністю стала КТ «Статті, у яких автори аналізують минуле і пропонують нові моделі поведінки для покращення життя суспільства» (23,8 %);

Третьою за частотністю необхідно визнати традиційну (для газет) КТ під назвою «Оголошення, анонси вистав, кінофільмів» (12,8 %).

Отже, вживання в пресі (газетах) РКУ в період від 1.09.1941 р. до 17.07.1942 р. «дифуз-



них» КТ показало збереження загальної тенденції створення газетного матеріалу й подавання в ньому інформації. Винятком у КТ «ланцюжка» вважаємо лише КТ «Статті, у яких автори аналізують минуле і пропонують нові моделі поведінки для покращення життя суспільства». Зазначений факт можемо пояснити прагненням німецького військово-цивільного командування РКУ не лише повідомити українцям окупованої країни ситуацію, а ще й проаналізувати ситуацію, вмотивувати власні агресивні дії.

У табл. 6 та діаграмі 4 відбито діапазон і частотності застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу із сумарними, «дифузними», ознаками першого етапу ідентифікації (Ід), другого етапу моделювання (Мод) та третього етапу верифікації (Вер). Аналіз показників згаданих таблиці та діаграми дозволив зафіксувати кілька особливостей.

1. Найвищим (38 %) був показник вживання КТ під назвою «Інформаційне повідомлення, звіти (з попередженням про відповідальність) про конкретні факти минулого з елементами аналізу (пошук причин і наслідків) та констатацією наслідків запропонованих у суспільстві змін (про те, як при «Советах» погано було в колгоспах і про зміни, які запропонувало німецьке командування, унаслідок чого було скасовано податок на присадибну землю; звіт, з критичними зауваженнями, про результати перевірки сіл та містечок Головою Української Управи Бориспільського району пана Магеровського та його заступника)».

2. Другою за частотністю стала КТ «Аналітична стаття з констатацією упевненості у майбутніх наслідках (про орієнтацію А. Гітлера на сили власної німецької армії)» (23 %).

3. Третьою була КТ, яка не підтверджувала загальну тенденцію преси (газет) РКУ в згаданий період, а саме – «Журналістські матеріали художньо-публіцистичних жанрів (нариси, замальовки, портрети), у яких автори сюжетів констатують певний факт, моделюють ситуацію і розповідають про застосування описаної моделі (вчинку) зображуваними героями» (15,3 %).

Зазначимо, що до «рейтингу» частотних серед «дифузних» комунікаційних технологій соціального інжинірингу не потрапила КТ «Оголошення», яка фіксувалася майже на кожному етапі. Такий факт пояснюємо прагненням німецької сторони в процесі здійснення державного менеджменту РКУ не лише «звітуватися» про певну інформацію, а й змоделювати «новий порядок» і показати, яким саме чином вдається дістатися бажаного устрою частини III Рейху на території окупованої України (УРСР).

Виконуючи четверте завдання, яке було визначено на початку дослідження, здійснивши опис, переходимо до класифікації виявлених технологій згідно з концепцією етапів реалізації соціального інжинірингу, запропонованою нами раніше [11–14]. Згідно з концепцією О. Холода, у соціальному інжинірингу функціонують три етапи: ідентифікація, моделювання та верифікація. Кожному з перелічених етапів у пресі (газетах) РКУ в період від 1.09.1941 р. до 17.07.1942 р. притаманні комунікаційні технології двох груп і чотирьох «дифузних» підгруп.

#### Групи технологій

На етапі ідентифікації застосовувалися такі КТ:

1) декларація невербальних символів (у вигляді гербів, малюнків) з орієнтацією на національно-етнічні ознаки;

2) декларація вербальних символів (у гаслах) з орієнтацією на українські національно-етнічні ознаки;

3) розміщення на шпальтах газет світлин про певні знакові для нового устрою події (фотографії рукостискання А. Гітлера і М. Бормана, А. Гітлера і Й. Геббельса та ін.);

4) розміщення на шпальтах газет карикатур (наприклад, спрямованих проти союзу Великої Британії та США із СРСР; проти Й. Сталіна, В. Черчилля чи Д. Рузвельта);

5) зведені дані про перебіг боїв, звіти (про втрати «совєтських» ворожих сил, про перемоги непереможної Німецької армії на фронтах Північної Африки, на Далекому та Близькому Сході, в Південній Європі тощо);

6) оголошення (про виготовлення товарів загального вжитку, продуктів харчування; про недійсність загублених документів, про смерть мешканців міста, села, селища; про інше);

7) інформаційні повідомлення про події в країні та у світі;

8) інші нечастотні технології.

На етапі моделювання вживалися такі КТ:

1) «врізки», гасла, заклики, які закликають до збирання врожаю, зимових речей для допомоги Німецькій армії та ін.; заклики їхати до Німеччини;

2) інформаційні повідомлення про відбудову шкіл, відновлення роботи шкіл, лікарень, міст; курси навчання, набір секретарок, учителів, працівників на виробництво; угоди між державами, лояльними до Німеччини;

3) публікація журналістських матеріалів у формі розповідей земляків-українців про переваги нового німецького державного устрою, про пільги тим, хто готовий служити новому порядку Великої Німеччини;

4) публікація оголошень про працевлаштування охочих служити новому європейському



німецькому порядку; накази, постанови про «нові порядки» німців;

5) публікація журналістських матеріалів (у формі оповідань, оповідей, нарисів, есе) про високі культурні досягнення німецького народу; про Україну як бастион Європи; аналітичні статті про переваги й майбутнє Європи, Німеччини, України;

6) публікація звітів та репортажів про партійні, господарські та творчі форуми (з'їзди, наради) і текстів виступів відомих вождів-пропагандистів та керівників німецького нового порядку: А. Гітлера, Й. Геббельса, Е. Коха, Р. Гесса, В. Гросса, Р. Лея, Г. Шольц-Клинк, Ю. Штрейхера та ін.;

7) оголошення про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчош до поправи, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та ін.;

8) світлини про життя українців у Німеччині на заробітках; про делегації українців до Німеччини.

На етапі верифікації не було зафіксовано жодної комунікаційної технології.

«Дифузні» підгрупи технологій

Ланцюжок «ідентифікація + моделювання», або «Ід + Мод», фіксувався в пресі (газетах) РКУ в період від 1.09.1941 р. до 17.07.1942 р. у такому переліку:

1) друк світлин, на яких зображено будівництво об'єктів і подано підписи про те, як швидко і гарно це роблять німецькі війська;

2) друк карикатури, на якій зображена теперішня дія, спрямована на майбутній результат;

3) інформаційні повідомлення, огляди, звіти, постанови про медичну допомогу населенню в майбутньому, широку торгівлю на ринках, заготівлю палива на зиму, відремонтування пошкодженого більшовиками, роботу пленуму КМГ;

4) накази, розпорядження, приписи, що стосуються «нового порядку» в українських селах, містечках і містах;

5) статті, в яких автори аналізують минуле і пропонують нові моделі поведінки для поліпшення життя суспільства;

6) друк художніх творів (нарисів, віршів, оповідань, спогадів, історичних матеріалів, гуморесок, анекдотів), в яких автори через аналіз сьогодення пропонують моделі поведінки людей у певних ситуаціях;

7) оголошення, анонси вистав, кінофільмів;

8) врізка-цитата, заклик, гасло, звернення.

«Ланцюжок» «моделювання + верифікація», або «Мод + Вер» у період від 1.09.1941 р. до 17.07.1942 р. декларується лише однією кому-

нікаційною технологією, а саме: «На фоні негативних спогадів про минуле і критики «советського», «жидівського-московського» режиму вип'ячування результатів життя у Німеччині».

Комунікаційних технологій у «ланцюжку» «ідентифікація + моделювання + верифікація», або «Ід + Мод + Вер» було зафіксовано шість, а саме:

1) інформаційне повідомлення, звіти (з попередженням про відповідальність) про конкретні факти минулого з елементами аналізу (пошук причин і наслідків) та констатацією наслідків запропонованих у суспільстві змін (про те, як при «Советах» погано було в колгоспах і про зміни, які запропонувало німецьке командування, унаслідок чого було скасовано податок на присадибну землю; звіт, з критичними зауваженнями, про результати перевірки сіл та містечок Головою Української Управи Бориспільського району паном Магеровським та його заступником);

2) лист остарбайтера + світлина про те, як гарно живеться тим, хто виїхав до Німеччини на працю;

3) аналітична стаття з констатацією впевненості в майбутніх наслідках (про орієнтацію А. Гітлера на сили власної Німецької армії);

4) портретно-іміджеві нотатки (про Черчилля-письменника, який суперечить сам собі в характеристиках Німеччини 1939 р. та України 1931 р. як джерело ресурсів для Європи);

5) інформаційне повідомлення-інструкція (про діяльність Червоного Хреста в розшуку рідних-полонених: про перелік документів, які необхідні для розшуку);

6) журналістські матеріали художньо-публіцистичних жанрів (нарис, замальовки, портрети), в яких автори сюжетів констатують певний факт, моделюють ситуацію і розповідають про застосування описаної моделі (вчинку) зображуваними героями.

Висновки

На початку дослідження була сформульована мета: виокремити, описати та класифікувати комунікаційні технології соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.). Поставлена мета була досягнута повною мірою.

Для реалізації мети були визначені конкретні чотири процедури. Кожна процедура дала можливість констатувати конкретні висновки.

Згідно з першою дослідницькою процедурою здійснено аналіз джерел, що свідчать про адміністративно-господарський устрій Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р., і з'ясова-





но, що в аналізований період у РКУ діяли шість генеральних округів (Волинь/Поділля (центр у м. Рівне); Житомир, Київ, Миколаїв, Дніпропетровськ та частина Таврії/Криму, із центром у м. Мелітополь). Також було визначено, що в згаданий період на території шести округів за гроші фашистів видавалися 34 газети (10 газет видавалися 1941 р. і 24 газети – 1942 р.).

Виконуючи другу процедуру, визначено конкретний перелік, назви та місце видання газет.

За третьою дослідницькою процедурою здійснено контент-аналіз текстів журналістських матеріалів за одиницями «слово» й «тема», що дало можливість ідентифікувати комунікаційні технології соціального інжинірингу, які застосовувалися в газетах Рейхскомісаріату «Україна», що виходили в період від 1 вересня 1941 р. до 17 липня 1942 р.).

Четверта дослідницька процедура дала можливість описати, ілюструвати й класифікувати ідентифіковані комунікаційні технології згідно з концепцією етапів реалізації соціального інжинірингу, запропонованою нами 2014 р.

Враховуючи результати, сформульовані за наслідками здійснення чотирьох дослідницьких процедур, ми дійшли загальних висновків про те, що:

1) найактивніше в газетах РКУ першого року його існування застосовувалися технології першого етапу соціального інжинірингу;

2) досить активно автори журналістських матеріалів зверталися до комунікаційних технологій, які декларували «дифузний» характер злиття двох етапів соціального інжинірингу, а саме: ідентифікації та моделювання;

3) досить неактивно (лише у 9 % випадків) журналісти профашистських газет РКУ зверталися до комунікаційних технологій етапу моделювання реальності.

Перелічені висновки наштотували нас на думку (передбачення) про те, що автори-українці журналістських матеріалів, що дописували в редакції газет, фінансованих РКУ, по-перше, не прагнули цілеспрямовано моделювати майбутню реальність «нового порядку» «Великонімецьчини», по-друге, не мали достатніх журналістських підготовки та досвіду для реалізації гебельсовсько-гітлерівських задумів. Об'єктивним вважаємо передбачення й про те, що серед дописувачів-авторів журналістських матеріалів газет РКУ діяли підпільники «советів». У будь-якому випадку перевіркою висунутих робочих гіпотез варто зайнятися у перспективі подальшого дослідження.

Подяки

Висловлюємо подяку пану Юрію Бездзілі, який запросив нас до участі в роботі

Всеукраїнської наукової конференції «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи», що відбулася 21-25 вересня 2015р. у ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Також ми вдячні працівникам газетного відділу Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, які своїм терпінням стимулювали нашу активну роботу з газетами спецфонду.

#### Джерела і література

1. Бойко Ю. «Українське слово» у 1941 році // Бойко Ю. Вибране. — Гейдельберг, 1990. — Т. 4. — С. 276–288.

2. Гитлер А. Приказ Гитлера о передаче всей полноты власти на оккупированной территории командующим войсками вермахта // Преступные цели – преступные средства. — М., 1963. — С. 47–48.

3. Декрет Гітлера про створення Рейхскомісаріату «Україна» (20 серпня 1941 р.) Відпис до РК. 12251 В II (оригінал в актах) // Війна 55; також див.: [Електронне видання]. — Електронний ресурс: <http://textbooks.net.ua/content/view/1116/17/> (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

4. Дистрикт [Електронне видання]. — Електронний ресурс: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Дистрикт> (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

5. Косик В. М. Україна в Другій світовій війні у документах / В. М. Косик // Зб. німецьких архівних матеріалів. — Л., 1998. — Т. 2. — С. 247–248 (нім.), 240–241 (укр. мова).

6. Мальчевський І. Українська преса під німецькою окупацією / І. Мальчевський // На зов Києва: Український націоналізм у II світовій війні: зб. статей, спогадів і документів. — Торонто; Нью-Йорк: Новий шлях, 1985. — С. 291–295. — (подано список, що складається зі 102 газет).

7. Рейхскомісаріат «Україна» [Електронне видання]. — Електронний ресурс: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Рейхскомісаріат\\_Україна](http://uk.wikipedia.org/wiki/Рейхскомісаріат_Україна) (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

8. Рекотов П. (а) Органи управління в Україні під час фашистської окупації / П. Рекотов // Пам'ять століть. — 1997. — № 5. — С. 121.

9. Рекотов П. (б) Адміністративний, судовий та поліцейський апарат Рейхскомісаріату Україна (1941–1944 рр.) / П. Рекотов // Нова політика. — 1997. — № 3. — С. 51–56.

10. Стафійчук І. П. Комсомол Украины в партизанском движении 1941–1944 гг.: (Политработа среди населения оккупированных районов) / И. П. Стафійчук. — М.: Мысль, 1968. — С. 26 («На Украине на средства оккупантов издано около 150 газет и других периодических изданий в преобладающем большинстве на украинском языке»).

11. Холод О. М. Соціальний інжиніринг і соціальні комунікації: порівняльний аналіз / О. М. Холод [Електронний ресурс]. — Режим доступу :





<http://познавательный.рф/all/soc-alnii-nzhin-ring-soc-aln-komun-kac-por-vnjalnii-anal-z.html> (дата звернення: 5.06.2015). — Назва з екрана.

12. *Холод О. М.* Соціальні комунікації : соціо-та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О. М. — Л. : ПАІС, 2011. — С. 35.

13. *Холод О. М.* Соціальнокомунікаційний інжиніринг як методологія дослідження соціальних комунікацій / Холод О. М. // Світ соціальних комунікацій. — 2012. — Т. 8. — С. 7–12.

14. *Холод О. М.* Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі «соціальні комунікації» / О. М. Холод [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis\\_64.exe?](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe?) (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

15. *Черняков Б. І.* Періодична преса на окупованій території України / Б. І. Черняков // Наукові записки Інституту журналістики [Електронне видання]. — Електронний ресурс: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1648> (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

16. *Черняков Б. І.* Окупаційна преса Рейхскомісаріату Україна / Б. І. Черняков // 36. праця Науково-дослідного центру періодики Львівської національної бібліотеки імені В. Стефаника. — Л., 2003. — С. 152–159.

17. *Die Presse im Reichskornmissariat Ukraine* // Держ. архів Рівненської обл. — Ф. Р-22, он. 1. — Спр. 149. — Арк. 21–27.

#### Sources and literature

1. *Boyko Yu.* «Ukrayins'ke slovo» u 1941 rotsi // Boyko Yu. Vybrane. — Heydel'berh, 1990. — Т. 4. — С. 276–288.

2. *Gitler A.* Prikaz Gitlera o peredache vsej polnoty vlasti na okkupirovannoy territorii komandujushhim vojskami vermahta // Prestupnye celi – prestupnye sredstva. — М., 1963. — С. 47–48.

3. *Dekret Hitlera pro stvorennya Reykhskomisariatu «Ukrayina»* (20 serpnya 1941 r.) Vidpys do RK. 12251 V II (oryhinal v aktakh) // Viyna 55; takozh dyv.: [Elektronne vydannya]. — Elektronnyy resurs: <http://textbooks.net.ua/content/view/1116/17/> (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

4. *Dystrykt* [Elektronne vydannya]. — Elektronnyy resurs: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Dystrykt> (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

5. *Kosyk V. M.* Ukrayina v Druhiy svitoviy viyni u dokumentakh / V. M. Kosyk // Zb. nimets'kykh arkhivnykh materialiv. — L., 1998. — Т. 2. — С. 247–248 (nim.), 240–241 (ukr. mova).

6. *Mal'chevs'kyu I.* Ukrayins'ka presa pid nimets'koyu okupatsiyeu / I. Mal'chevs'kyu // Na zov

Kyyeva: Ukrayins'kyy natsionalizm u II svitoviy viyni: zb. statey, spohadiv i dokumentiv. — Toronto; N'yu-York: Novyy shlyakh, 1985. — С. 291–295. — (podano spysok, shcho skladayet'sya zi 102 hazet).

7. *Reykhskomisariat «Ukrayina»* [Elektronne vydannya]. — Elektronnyy resurs: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Reykhskomisariat\\_Ukrayina](http://uk.wikipedia.org/wiki/Reykhskomisariat_Ukrayina) (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

8. *Rekotov P.* Orhany upravlinnya v Ukrayini pid chas fashyst's'koyi okupatsiyi / P. Rekotov // Pam'yat' stolit'. — 1997. — # 5. — С. 121.

9. *Rekotov P.* Administratyvnyy, sudovyy ta politseys'kyu aparat Reykhskomisariatu Ukrayina (1941–1944 pp.) / P. Rekotov // Nova polityka. — 1997. — # 3. — С. 51–56.

10. *Stafijchuk I. P.* Komsomol Ukrainy v partizanskom dvizhenii 1941–1944 gg.: (Politrabota sredi naselenija okkupirovannykh rajonov) / I. P. Stafijchuk. — М.: Mysl', 1968. — С. 26 («Na Ukraine na sredstva okkupantov izdano okolo 150 gazet i drugih periodicheskikh izdaniy v preobladaushhem bol'shinstve na ukrainskom jazyke»).

11. *Kholod O. M.* Sotsial'nyy inzhynirnyh i sotsial'ni komunikatsiyi: porivnyal'nyy analiz / O. M. Kholod [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu : <http://познаватель.нй.рф/all/soc-alnii-nzhin-ring-soc-aln-komun-kac-por-vnjalnii-anal-z.html> (дата звернення: 5.06.2015). — Назва з екрана.

12. *Kholod O. M.* Sotsial'ni komunikatsiyi : sotsiо-та psykhоlinhivistychnyy analiz : navch. posib. / Kholod O. M. — Л. : ПАІС, 2011. — С. 35.

13. *Kholod O. M.* Sotsial'nokomunikatsiyyny inzhynirnyh yak metodolohiya doslidzhennya sotsial'nykh komunikatsiy / Kholod O. M. // Svit sotsial'nykh komunikatsiy. — 2012. — Т. 8. — С. 7–12.

14. *Kholod O. M.* Sotsial'ni komunikatsiyi yak ponyattya v naukoviy haluzi «sotsial'ni komunikatsiyi» / O. M. Kholod [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu : [irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis\\_64.exe?](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe?) (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

15. *Chernyakov B. I.* Periodychna presa na okupovaniy terytoriyi Ukrayiny / B. I. Chernyakov // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky [Elektronne vydannya]. — Elektronnyy resurs: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1648> (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрана.

16. *Chernyakov B. I.* Okupatsiyna presa Reykhskomisariatu Ukrayina / B. I. Chernyakov // 3b. prats' Naukovo-doslidnoho tsentru periodyky L'vivs'koyi natsional'noyi biblioteki imeni V. Stefanyka. — L., 2003. — С. 152–159.

17. *Die Presse im Reichskornmissariat Ukraine* // Derzh. arkhiv Rivnens'koyi obl. — Ф. Р-22, он. 1. — Спр. 149. — Арк. 21–27.

**Холод А. М.**

**Газеты рейхскомиссариата «Украина»: коммуникационные технологии социального инжиниринга (с 1 сентября 1941 г. По 17 июля 1942 г.)**

**РЕФЕРАТ.** В статье сформулирована цель: описать и классифицировать коммуникационные технологии социального инжиниринга в газетах Рейхскомиссариата «Украина» (РКУ) в период с 1 сентября 1941 г. до 17 июля 1942 г.



По результатам исследования: 1) установлено, что активнее всего в газетах РКУ на первом году его существования применялись технологии первого этапа социального инжиниринга (а именно – идентификации); 2) достаточно активно авторы журналистских материалов обращались к коммуникационным технологиям, которые декларировали «диффузный» характер слияния двух этапов социального инжиниринга, а именно – идентификации и моделирования; 3) достаточно неактивно (лишь в 9 % случаев) журналисты профашистских газет РКУ обращались к коммуникационным технологиям этапа моделирования реальности.

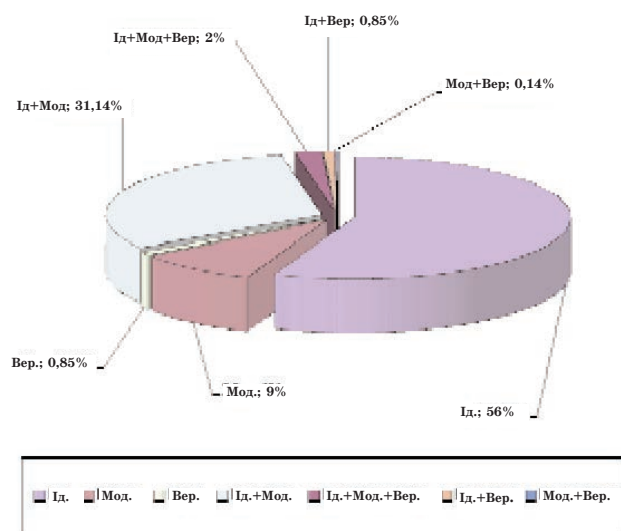
Выводы: авторы журналистских материалов не стремились моделировать будущую реальность «нового порядка» «Великогермании», а также не имели достаточных журналистских подготовки и опыта для реализации гебельсовско-гитлеровских замыслов.

**Ключевые слова:** газеты, Рейхскомиссариат «Украина», идентификация, моделирование, верификация.

### Додатки

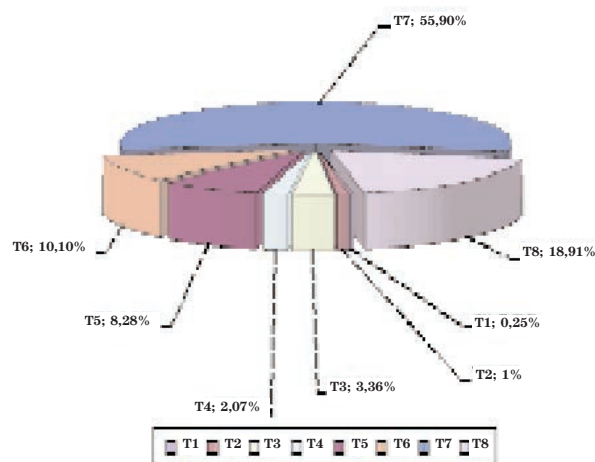
Діаграма 1

Діапазон і частотність застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу на трьох етапах: ідентифікації (Ід), моделювання (Мод), верифікації (Вер) та в «ланцюжках»: Ід + Мод; Ід + Мод + Вер; Ід + Вер; Мод + Вер.



Примітки:

- Ід. – ідентифікація;
- Мод. – моделювання;
- Вер. – верифікація;
- Ід + Мод – ідентифікація + моделювання;
- Ід + Мод + Вер – ідентифікація + моделювання + верифікація;
- Ід + Вер – ідентифікація + верифікація;
- Мод + Вер. – моделювання + верифікація.



Примітки:

- T1 –– технологія 1 – декларація невербальних символів (у вигляді гербів, малюнків) з орієнтацією на національно-етнічні ознаки;
- T2 –– технологія 2 – декларація вербальних символів (у гаслах) з орієнтацією на українські національно-етнічні ознаки;
- T3 –– технологія 3 – розміщення на шпальтах газет світлин про певні знакові для нового устрою події (фотографії рукостискання А. Гітлера і М. Бормана, А. Гітлера і Й. Геббельса та ін.);
- T4 –– технологія 4 – розміщення на шпальтах газет карикатур (наприклад, спрямованих проти союзу Великої Британії та США із СРСР; проти Й. Сталіна, В. Черчилля чи Д. Рузвельта);
- T5 –– технологія 5 – зведені дані про перебіг боїв, звіти (про втрати «совєтських» ворожих сил, про перемоги непереможної Німецької армії на фронтах Північної Африки, на Далекому та Близькому Сході, в Південній Європі тощо);
- T6 –– технологія 6 – оголошення (про виготовлення товарів загального вжитку, продуктів харчування; про недійсність загублених документів, про смерть мешканців міста, села, селища; про інше);

Діаграма 2

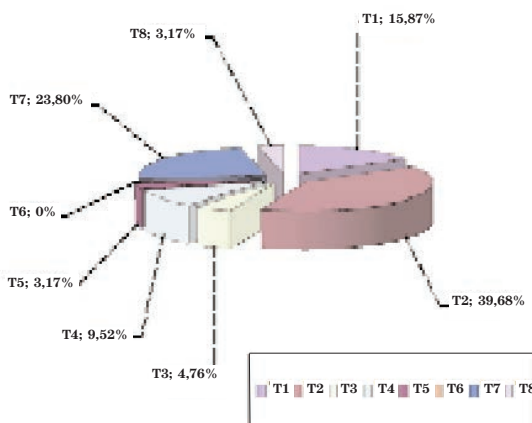
Діапазон і частотність застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу на першому етапі ідентифікації (Ід)



T7 — технологія 7 – інформаційні повідомлення про події в країні та у світі;  
T8 — технологія 8 – інші нечастотні технології.

### Діаграма 3

Діапазон і частотність застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу на другому етапі моделювання



Примітки:

T1 – технологія 1 – «врізки», гасла, заклики, які закликають до збирання врожаю, зимових речей для допомоги Німецькій армії та ін.; заклики їхати до Німеччини;

T2 – технологія 2 – інформаційні повідомлення про відбудову шкіл, відновлення роботи шкіл, лікарень, міст; курси навчання, набір секретарок, учителів, працівників на виробництво; угоди між державами, лояльними до Німеччини;

T3 – технологія 3 – публікація журналістських матеріалів у формі розповідей земляків-українців про переваги нового німецького державного устрою, про пільги тим, хто готовий служити новому порядку Великої Німеччини;

T4 – технологія 4 – публікація оголошень про працевлаштування охочих служити новому європейському німецькому порядку; накази, постанови про «нові порядки» німців;

T5 – технологія 5 – публікація журналістських матеріалів (у формі оповідань, оповідей, нарисів, есе) про високі культурні досягнення німецького народу; про Україну як бастион Європи; аналітичні статті про переваги й майбутнє Європи, Німеччини, України;

T6 – технологія 6 – публікація звітів та репортажів про партійні, господарські та творчі форуми (з'їзди, наради) і текстів виступів відомих вождів-пропагандистів та керівників німецького нового порядку – А. Гітлера, Й.

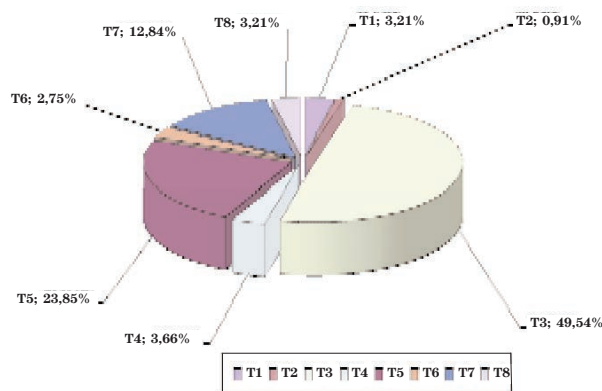
Геббельса, Е. Коха, Р. Гесса, В. Гросса, Р. Лея, Г. Шольц-Клинк, Ю. Штрейхера та ін.;

T7 – технологія 7 – оголошення про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчош до поправки, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та ін.;

T8 – технологія 8 – світлини про житті українців у Німеччині на заробітках; про делегації українців до Німеччини.

### Діаграма 4

Діапазон і частотність застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу з ознаками першого етапу ідентифікації (Ід.) та другого етапу моделювання (Мод.)



Примітки:

T1 – технологія 1 – друк світлин, на яких зображено будівництво об'єктів і подано підписи про те, як швидко і гарно це роблять німецькі війська;

T2 – технологія 2 – друк карикатури, на якій зображена теперішня дія, спрямована на майбутній результат;

T3 – технологія 3 – інформаційні повідомлення, огляди, звіти, постанови про медичну допомогу населенню в майбутньому, широку торгівлю на ринках, заготівлю палива на зиму, ремонтування пошкодженого більшовиками, роботу пленуму КМГ;

T4 – технологія 4 – накази, розпорядження, приписи, що стосуються «нового порядку» в українських селах, містечках і містах;

T5 – технологія 5 – статті, в яких автори аналізують минуле й пропонують нові моделі поведінки для покращення життя суспільства;

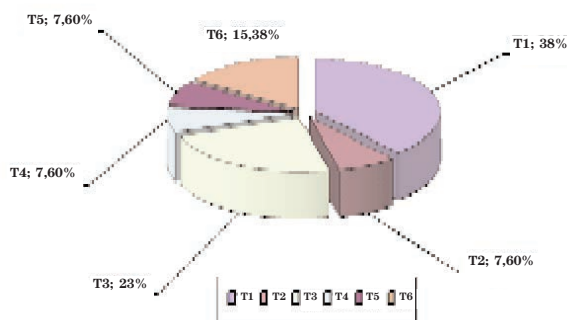
T6 – технологія 6 – друк художніх творів (нарисів, віршів, оповідань, спогадів, історичних матеріалів, гуморесок, анекдотів), в яких автори через аналіз сьогодення пропонують моделі



поведінки людей у певних ситуаціях;  
Т7 – технологія 7 – оголошення, анонси вистав, кінофільмів;  
Т8 – технологія 8 – візка-цитата, заклик, гасло, звернення.

#### Діаграма 5

Діапазон і частотність застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу зсумарними ознаками першого етапу ідентифікації (Ід.), другого етапу моделювання (Мод.) та третього етапу верифікації (Вер.).



#### Примітки:

Т1 – технологія 1 – інформаційне повідомлення, звіти (з попередженням про відповідальність) про конкретні факти минулого з елементами аналізу (пошук причин і наслідків) та констатацією наслідків запропонованих у суспіль-

стві змін (про те, як при «Советах» погано було в колгоспах і про зміни, які запропонувало німецьке командування, унаслідок чого було скасовано податок на присадибну землю; звіт, з критичними зауваженнями, про результати перевірки сіл та містечок Головою Української Управи Бориспільського району паном Магеровським та його заступником);

Т2 – технологія 2 – лист остарбайтера + світлина про те, як гарно живеться тим, хто виїхав до Німеччини на працю;

Т3 – технологія 3 – аналітична стаття з констатацією впевненості в майбутніх наслідках (про орієнтацію А. Гітлера на сили власної Німецької армії);

Т4 – технологія 4 – портретно-іміджеві нотатки (про Черчилля-письменника, який суперечить сам собі в характеристиках Німеччини 1939 р. та України 1931 р. як джерело ресурсів для Європи);

Т5 – технологія 5 – інформаційне повідомлення-інструкція (про діяльність Червоного Хреста у розшуку рідних-полонених: про перелік документів, які необхідні для розшуку);

Т6 – технологія 6 – журналістські матеріали художньо-публіцистичних жанрів (нариси, замальовки, портрети), в яких автори сюжетів констатують певний факт, моделюють ситуацію і розповідають про застосування описаної моделі (вчинку) зображуваними героями.