

Віталій Іванчівський
(Миколаїв)

ВЕРБУВАННЯ НОВИХ ЧЛЕНІВ ОУН СЕРЕД УКРАЇНСЬКОГО ЮНАЦТВА: ТЕХНІКА ПРОПАГАНДИ АГІТАТОРІВ ПРОВІДУ В 1945-1950-х рр.

У статті на основі архівних матеріалів досліджується процес вербування нових членів Організацією українських націоналістів серед українського юнацтва у 1945-1950-х рр. Розглядається еволюційний шлях техніки пропаганди у післявоєнні роки. Характеризується ефективність агітаційної роботи та основні вимоги до її виконавців. Аналізуються психологічні методи впливу на особистість пропагандиста та свідомість аудиторії слухачів, яка складалася переважно з української молоді.

Мета дослідження полягає в тому, щоб проаналізувати особливості ведення агітації серед юнацтва Організацією українських націоналістів, висвітлити її основні завдання та цілі.

Методологія дослідження базується на загальнонаукових принципах історизму, об'єктивності та науковості. Дослідницький інструментарій включає сукупність спеціальних методів дослідження: методи пошуку, систематизації, аналізу й узагальнення даних.

Ключові слова: агітація, вишкіл, ідеологія, конспірація, ОУН, пропаганда.

24 серпня 1991 р. Україна здобула незалежність і з цього моменту почали формуватися демократичні підвалини життя суспільства. Серед науковців зріс інтерес до суперечливих проблем вітчизняної історії, дослідники отримали доступ до «засекречених» раніше архівних матеріалів та праць зарубіжних авторів. Історики почали активно вивчати проблеми націоналістичного руху (наприклад, у період з 1991 до 1998 рр. в Україні надруковано близько 1 250 праць з цієї теми) [7, с. 21]. Вітчизняні та зарубіжні дослідники опублікували чимало наукових праць, які ґрунтувалися на документах, котрі через ідеологічний тиск Радянського Союзу не могли з'явитись у наукових колах.

Історіографічний аналіз проблемної теми свідчить про те, що науковці оминають такий вузький напрямок розгляду, як вишкіл української молоді в Організації українських націоналістів з метою підготовки юнаків до підпільної боротьби за Українську Суверенну Соборну Державу. Часткові відомості з визначеної теми можна знайти в роботі В. Німчука, в якій автор охарактеризував псевдо українських націоналістів як «конспіративні та підпільні, які могли означати темперамент людини або її вік» [14, с. 33]. У статті ми знаходимо цінні відомості про віковий склад членів руху Опору, на основі яких робимо висновок, що серед підпільників знаходилась чимала частка учнів старших класів та студентства. Декілька сторінок проблемі вишколу юнаків українськими націоналістами присвятив Г. Касьянов, який розглянув процес створення молодіжних організацій (Легії Українських націоналістів, Союзу української Націоналістичної Молоді, Групи української національної Молоді) в контексті розвитку ідеології ОУН [12, с. 38].

Джерельна база дослідження представлена публіцистичними творами теоретиків ОУН, які знаходяться у фондах електронного архіву українського визвольного руху у Львові. Зокрема, розглянуто брошуру «Техніка пропаганди» [15].

Аналізуючи твори провідних теоретиків ОУН (Д. Андрієвського, Ю. Вассіяна, М. Сціборського та ін.), можна побачити, що зазначені члени організації активно займалися дослідженням психології юнаків та приймали активну участь у розвитку ідеології партії. Краще зрозуміти основні підходи щодо вишколу юнацтва допомагають й ті їхні праці, які містять теоретичні питання розвитку ідеології ОУН в цілому [1; 5].

Слово «пропаганда» з латинської мови – «те, що підлягає поширенню». У широкому розумінні пропаганда означає вплив на суспільну свідомість за допомогою соціально-

політичних і природничо-наукових знань. У вузькому значенні термін розглядається як ідеологічна програма політичної партії, яка направлена на формування у населення певних поглядів (світогляду). Звичайними засобами для передачі повідомлень пропаганди є книги, листівки, журнали, фільми, радіо, телебачення, плакати, історичні огляди й афіші.

Мало чим відрізнялось визначення пропаганди і в інструкціях ОУН для пропагандистів: «Пропаганда – це є поширення певної ідеї серед мас і закріплення її на довгий час» [15, арк. 1]. Завданням пропаганди було, згідно з документами ОУН: 1. Довести ідею до свідомості мас; 2. Здобути якнайбільше активних прихильників ідеї; 3. Підготувати фундамент людей до прийняття ідеї націоналістів [15, арк. 2].

Пропаганда ОУН велася наступними засобами: в усній формі (промови, бесіди, лекції), друкованим словом (газети, листівки або «летючки», брошури, журнали), у зображувальній формі (портрети, карикатури) та через радіо. В інструкціях для пропагандистів зазначалося, що «Пропаганда живим словом, шляхом промов, бесід, лекцій має перевагу над іншими способами, які: 1. Не потребують великої кількості людей; 2. Не потребують технічних устаткувань, яких не вистачає в підпіллі; 3. Дає можливість говорити народові, чим народ цікавиться сьогодні, бо пропагандист є між народом і черпає матеріали в його середовищі; 4. Пропагуючий зараз же бачить результат своєї роботи по настрою людей, бачить з ким має справу і відповідно підбирає і задає те, чого не може зробити за допомогою писаного слова» [15, арк. 3-4].

Керівництво ОУН висувало жорсткі вимоги щодо агітаторів, тому «аби кого» в ряди пропагандистів не брали. Кандидат повинен був бути готовим до виступу у будь-який час на довільну тему, це могла бути промова, лекція або звичайна бесіда. Тому пропагандисти завжди повторювали матеріали виступу у вільний час. Варто відзначити, що до промов висували наступні вимоги: вони мали бути короткими та змістовними. Кожне слово пропагандиста стосуватись виключно актуальних проблем, які він, на свій розсуд, зіставляв з минулим або майбутнім. Промови пропагандиста, зазвичай, закінчувались різко, «неначе дзвін, проте її слова лунали в головах слухачів ще довгий час» [15, арк. 5]. Кожне слово пропагандиста підкріплювалось фактами з історії, політики, економіки чи прикладом з життя.

Пропагандистська робота агітатора не забороняла вживання наступних слів: «хай живе», «прокляті вороги», «погань», «смерть загарбникам», «червоні кати», «тюрма народів», «революція», «Самостійна Україна», «Добрі справи» та ін. [15, арк. 4].

Пропагандисти проводили багато часу за читанням революційної літератури, готуючись до майбутніх виступів. «Пропагандист мусить постійно навантажувати свій розум пізнаванням світу і його дійсності» [15, арк. 3]. Кожна лекція, незалежно від призначення, несла щось нове до слухачів. Така форма подачі інформації мала сильний психологічний вплив на аудиторію: слухачі цікавилась новиною та з нетерпінням чекали наступних виступів.

Велике значення у пропаганді займало друковане слово. «Друковане слово в наш період має велику вагу тому, що друковане слово авторитетне апріорі. Сам друк говорить за те, що є сила й уміння тримати навіть друкарні» [6, с. 936]. Тому пропагандисти бережливо відносились до націоналістичної літератури і всіма можливими засобами поширювали її. У підпільних виданнях постійно створювалися нові та переписувалися старі газети, журнали, листівки тощо.

Усі друковані матеріали пропагандистів ділились на: пресу, брошури, плакати, афіші, книжки. Періодична преса виходила у післявоєнний період до 1956 р. У періодичних виданнях націоналісти закликали до боротьби. За допомогою статей підпільники виховували у читачів патріотизм, відчуття кровного зв'язку з українським народом та ненависть до радянського режиму. Брошури також відігравали важливу роль у вихованні молодого покоління. Вони виховували у читачів почуття поваги до справи українських націоналістів, прославляючи героїчні вчинки та мужність підпільників. На

плакатах зображувалися заклики, які носили агітаційний та пропагандистський характер. Розповсюджувались брошури тільки у перевірених місцях і не масово [6, с. 939].

Афіши («летючки») – це короткі за змістом, переважно на одну сторінку, текстові повідомлення, які використовувались виключно в агітаційних цілях для досягнення тимчасового ефекту. Писалися простою народною мовою та могли містити ненормативну лексику [8, с. 116].

Окрім друкованого слова пропаганда велася за допомогою радіо. «Через радіо можна говорити до мільйонів мас народу, до цілого світу» [6, с. 940]. За ефективністю пропаганди радіо займало другу сходинку після усних промов. Третє місце по ефективності відводилося друкованому слову. Усі промови по радіо пропагандист готував заздалегідь та декілька разів проговорював перед дзеркалом.

Політичні виступи пропагандистів не оминули й сферу мистецтва. Підпільники розповсюджували націоналістичні орнаменти, художні вишивки тощо, влаштовували конспіративні театри, на яких прославляли героїчне минуле українського народу, борців за незалежність України. «Театр – це пов'язання живого слова з відповідями на хвилюючі народ питання у декораціях» [10, с. 37]. Націоналістичні ідеї прославлялись і в піснях, мелодіях та віршах, які часто завершувалися невеликими промовами пропагандистського характеру. «Пісня – це виявлення найглибших почувань душі народу. У наших піснях бачимо безмежну, стихійну любов до України, тугу за героїським минулим і порив до волі. Українська пісня – це скарбниця, перлина справжньої поезії і високого натхнення» [8, с. 26].

Пропагандист постійно підвищував свій науково-революційний та культурний рівень. Робив він це за допомогою читання підпільної літератури, написання статей, які, до речі, майже завжди публікувались у популярних молодіжних журналах «Молодий революціонер», «Малі друзі», «На чатах», «Орлики», «Діти України» та ін. Підвищення науково-революційного рівня відбувалось і за допомогою спілкування з масами. Так пропагандисти дізнавались про настрої серед українського населення, здобуваючи авторитет і пошану серед місцевого населення.

Агітаторам під загрозою смертної кари заборонялося пиячити, курити та вести розгульне життя, оскільки «Агітатор в будь-якому середовищі є таким зразком, якого хоче бачити середовище, одноразово з тим не відхиляючись від мети. Маючи авторитет серед будь-якого середовища, ви легко заангажуєте молоде покоління до нашої справи. Пропагандист мусить мати доступ до кооперації, церкви, школи, освіти, горсовіту, клубу, що дасть повну обізнаність у щоденному житті народу й облегшить працю в потрібному підготовчо-революційному напрямку серед широких мас трудящих» [15, арк. 1].

В інструкціях для агітаторів були такі вказівки, які свідчили, що керівники проводу чудово знали на психології мас. Наприклад, Ю. Вассиян захоплювався читанням книги С. Райха «Психологія мас і фашизм» (1933) [16, с. 68], Д. Андрієвський читав роботу Г. Лебона «Психологія натовпу» (1895) [16, с. 112], тому в рекомендаціях для пропагандистів яскраво простежується вплив цих письменників.

У «Техніці пропаганди» невідомого автора знаходимо наступні рядки: «У народі існують різні переконання, кожне з яких сприймається людиною з тією думкою, що якби було отак, було б добре жити в світі. Людина внаслідок нерозуміння життя як системи, що потребує і системи знань, яка в більшості людських розумів має чимало вікон – пустих місць, повіривши і прийнявши якусь ідею, хоч би вона і не справедлива, в наслідок тих вікон у системи знань не може її перевірити й заповнює цю прогалину даними певної ідеї, що є скоріше латанням світогляду – переконанням, а не його оформленням чи створенням» [15, арк. 5].

Знання пропагандиста та його промова базувалися на основі чуток, рішеннях місцевого управління та державної преси. Керівництво ОУН відзначало, що чутки мають дві сторони – позитивну та негативну, які використовувались в залежності від ситуації.

«Ворожими чутками» називалася будь-яка радянська пропаганда, що поширювалася агентами КДБ та державними друкованими органами. Тому пропагандисти перевіряли всі чутки – позитивні й негативні та на основі своїх досліджень робили висновки. «Корисні чутки» для народу та справи українських націоналістів поширювались все тими ж пропагандистами, підпільною літературою та за допомогою молодіжних організацій. Зрозуміло, що шкідливі чутки для справи націоналістів спростовували або заперечували. Варто зазначити, що корисні чутки не спростовувалися та не заперечувалися, навіть якщо вони були вигаданими [14, с. 15].

Також до обов'язків пропагандиста входила перевірка державної преси свого району. Кожна газета і журнал підлягали перевірці й осмисленню написаного, в першу чергу, для агітатора. Думки та ідеї, які могли спотворити світобачення української молоді, спростовувались або перекручувалися за допомогою історичних, психологічних, маніпуляційних та інших методів. Після опрацювання статті чи газети пропагандист «виходив у народ», де пояснював написане у радянській пресі, як «брехню», «знуцання з українського народу» [14, с. 21]. За роки пропаганди керівництво ОУН дійшло висновку, що «іроністично-гумористичний настрій і зміст в поясненнях, з одночасним невідриванням від серйозних положень і правдивих доказів, давали необмежено великий ефект» [15, арк. 3]. Тобто в пропагандистській роботі серед населення агітатори використовували іронічний стиль викладення матеріалу, враховуючи веселу й оптимістичну вдачу українського народу.

Будь-які постанови місцевої влади, яка, до речі, називалась «окупаційною», трактувались як «ворожі» та чужі для українського народу. В державних архівах України зберігається велика кількість переписаних від руки коментарів щодо постанов радянської влади, що використовувалися в агітаційній діяльності серед населення «для того, щоб наші пояснення скоро облетіли, вони мусять мати дійсно переконливу і серйозну вдачу, гумор – не раз гострий та офіційний» [14, с. 32].

У Проводі наполягали на відсутності особливих рис в українського народу. Керівництво дотримувалось думки про схожість психології всіх народів, тому наголошувалося на необхідності демонструвати свою силу у будь-якому вигляді. «Людина шукає пристанища у своєму житті на боці сильного, коли ж не знаходить його, або й знаходить, але таку силу, яка не дає їй задоволення – вона, відчуваючи слабкість самотності, вдається до збільшення собі прихильників, а як це їй не вдається, вона скоряється силі, хоч би й ворожій» [16, с. 70]. Тому пропагандисти у своїх промовах всіляко підкреслювали міць українських націоналістів, наголошуючи, що вони володіють потужною видавничо-публіцистичною базою, мають великі запаси зброї та продовольства, створили безліч молодіжних організацій, де виховується молодь на патріотичних засадах і т. д.

Подальші пропагандистські акції націоналістів показали, що за допомогою демонстрування грубої фізичної сили успіху досягти не вдається, тому керівництво ОУН в 1948 р. прийняло рішення про розширення сфер впливу. Ініціатором нововведень був С. Бандера, який наголошував, що «кожна людина схильна трактувати світ по-своєму. Кожен хоче пізнати речі світу так, як вони йому здаються більш придатними до життя в його поняттях» [2, с. 99-100]. У 1949 р. вийшла друком інструкція для пропагандистів «Техніка пропаганди», в якій містилися настанови для агітаторів щодо засобів впливу на свідомість людини. Інструкція не заперечувала, а, навпаки, вітала використання обіцянок, за допомогою яких пропагандисти мали створити в уяві широких мас населення образи підпільної боротьби. У програмних документах знаходилися вказівки наступного змісту: «Не жалійте слів і скорості оборотів мозкових стрибків в доказах, робіть все, щоб вам повірили та перейшли на нашу сторону» [15, арк. 4].

Більшість промов пропагандистів спрямовувалась на емоційний стан людини, а не на розумовий, що призвело до появи методу «сугерації» – тимчасового впливу на емоційний стан юнака. У масовій пропаганді цей метод не використовувався. Враховуючи тимчасовість

результатів методів сугерації, керівництво ОУН вимагало від пропагандистів застосовувати цей метод тільки для впливу на емоційний стан юнака. Практичне застосування методу сугерації показало, що так можна досягти значних результатів у маніпулюванні свідомістю. Наприклад, у щоденнику агітатора О. Гірчака зазначалося, що йому вдалось переконати трьох упевнених комсомольців перейти на бік українських націоналістів, проте через деякий час експеримент провалився і комсомольці зрадили О. Гірчака, передавши його до рук НКВС [11, с. 284].

Тимчасовість та ненадійність емоційного впливу на свідомість мас вимагало від керівництва ОУН розроблення нових методів впливу на світосприйняття молоді. Шляхом досліджень та експериментів керівництво Проводу дійшло висновку: «Розум молоді є хиткішим під впливом доказу сильнішого розуму» [2, с. 115]. Тому в роботі з юнацтвом почали використовувати силу інтелекту. Пропагандисти постійно наголошували емоційно нестабільній молоді на необхідності придушення емоційних проявів, щоб вони не «завели в глухий кут юнака і не призвели до його загибелі» [2, с. 137]. Взагалі, емоційний вплив на аудиторію слухачів у пропагандистів не користувався великою популярністю, оскільки почуття, за словами Ю. Вассіяна, не є «стабільними», тому в агітаційній роботі перевага надавалася логічним доводам, аргументованим відповідям на запитання з народу та конструктивній критиці. Тому серед українського населення, зокрема молоді, поширювали інформацію про міжнародне визнання Організації українських націоналістів, її демократичні методи боротьби та воління до самостійного існування [5, с. 64-65].

Пропагандисти довго готувалися до виступів, вони враховували всі деталі: рід промови, місце проведення, кількість та настрої слухачів (домінування емоційної чи розумової аудиторії). Промова складалась із трьох етапів: вступу (до 12 хв.), основної частини (до 21 хв.) та висновків (до 12 хв.). Таким чином, промова за часом тривала не більше 45 хвилин.

Значну увагу пропагандисти приділяли своєму зовнішньому вигляду. «Постава промовця повинна бути природно не вимушена, поважна та не штучна». Заборонялося поводити себе легковажно, демонструвати наявність друзів серед аудиторії слухачів чи переходити з місця на місце, так би мовити «не міряти кроками сцени» [15, арк. 3].

В інструкціях для пропагандистів зазначалося: «Перед самим виступом промовець повинен оглянути аудиторію. Швидким зором перевести всіх очима, щоб після не бути заскоченим зненацька. Побачивши при виголошуванні промови когось не милого, або такого, перед ким промовець почує себе духом нижче, то треба перейти на хід думок промови і тоді з переможним виглядом виступати» [15, арк. 3].

Заборонялося дивитись на когось одного або концентрувати свій погляд на якомусь предметові. Пропагандист мав володіти технікою охоплення поглядом всієї аудиторії для швидкої оцінки ситуації. Що стосується тону, то його гучність підбиралася залежно від роду самої промови. У більшості випадків пропагандист то підвищував, то пригнічував звучання голосу. Заборонялося використовувати слова-паразити. Кожне слово промовлялося чітко, без характерних «ковтань» і спрощень. Рід промови та тон вимагали від пропагандиста відповідних рухів тіла [3, с. 429].

Отже, керівництво ОУН створило унікальну техніку пропаганди, методи та цілі якої повністю відображали реалії тодішнього життя – інформація подавалася швидко, з емоційним забарвленням та в умовах конспірації. Ефективність агітаційної роботи залежала не тільки від діяльності публіцистичних центрів, а й від усної пропаганди, якій відводилося не останнє місце в поширенні націоналістичних ідей серед українського населення, зокрема молоді. На думку автора, усну промову та лекції можна вважати найбільш ефективним і дієвим методом впливу на свідомість широких мас. Але, враховуючи реалії середини ХХ ст. в умовах жорсткого контролю з боку органів НКВС, ці методи не могли використовуватися в повній мірі. Тому керівництво ОУН віддавало перевагу поширенню націоналістичної преси, брошур, афіш та використанню радіо.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Андрієвський Д. До ідеолого-статутарної підготовки Організації українських націоналістів / Д. Андрієвський // Конгрес Українських Націоналістів 1929 р. – К.: Академвидав, 2005. – 189 с.
2. Бандера С.А. Перспективи української революції / С.А. Бандера. – Дрогобич: Коло, 1998. – 640 с.
3. Бойдуник О. Організація Українських Націоналістів і засада власних сил народу / О. Бойдуник // У кн.: ОУН (1929-1954). – К.: Наука, 1955. – 548 с.
4. Вассиян Ю. До головних засад націоналізму / Ю. Вассиян // Націоналізм: антологія. – К.: Генеза, 2000. – 246 с.
5. Веденєєв Д.В. Двобій без компромісів. Протиборство спецпідрозділів ОУН та радянських сил спецоперацій. 1945–1980-ті роки: Монографія / Д.В. Веденєєв. – К.: К.І.С., 2007. – 568 с.
6. Голяш С. Підпільні друкарні / С. Голяш // Визвольний шлях. – Лондон, 1982. – № 8. – С. 934-942.
7. Гриневич Л. Історія ОУН, УПА на тлі політичної боротьби в сучасній Україні / Л. Гриневич // Протистояння. Звернення, заяви, листи громадських організацій, політичних партій, громадян України до Комісії з вивчення діяльності ОУН-УПА. 1996-1998 рр. – К.: Інститут історії України НАН України, 1999. – 368 с.
8. Дем'ян Г.В. Українські повстанські пісні 1940–2000 (історико-фольклористичне дослідження) / Г.В. Дем'ян. – Львів: Інститут народознавства НАНУ, 2003. – 584 с.
9. Дяків-Горновий О. Ідея і чин (Повна збірка творів) / О. Дяків-Горновий. – Нью-Йорк – Торонто – Мюнхен, 1968. – 408 с.
10. Зеленчук М. Підпільна боротьба в останній стадії. 1950–1955 / М. Зеленчук // Державність. – Львів: Урбіно, 1992. – № 3. – С. 35-46.
11. Карально-репресивна система в Україні 1917-1953. Суспільно-політичний та історико-правовий аналіз: Збірка документів / Упор. І. Білас. – К.: Ранок, 1994. – Кн. II. – 685 с.
12. Касьянов Г.В. До питання про ідеологію Організації українських націоналістів (ОУН): аналітичний огляд / Г.В. Касьянов. – К.: Інститут історії України НАН України, 2003. – 63 с.
13. Німчук В.В. Про українську впевдонімію та криптонімію / В.В. Німчук // Українська мова. – 2002. – № 2. – С. 30-58.
14. Serbyn R. Alleged War Criminals, the Canadian Media, and the Ukrainian Community / Ruslan Serbyn // Ukraine during World War II: History and his Aftermath. A Symposium / [ed. by Y. Boshyk]. – Edmonton: Canadian Institute of Ukrainian Studies University of Alberta, 1986. – 420 p.
15. Електронний архів українського визвольного руху. Ф. 13 – Колекція друкованих видань КГБ УРСР, спр. 376, т. 10. – 6 арк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://avr.org.ua/getPDFasFile.php/ahrupa/hdasbu-13-376-10-005.pdf>.
16. Розбудова нації. Орган Проводу українських націоналістів: річник, 1929 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fs132.www.ex.ua/get/2bd7453fe7728a4d4ee02178bede1ec/18971857/RN1929.pdf>.

REFERENCES

1. Andriyevskyy D. Do ideoloho-statutarnoyi pidhotovky Orhanizatsiyi ukrayinskykh natsionalistiv / D. Andriyevskyy // Konhres Ukrayinskykh Natsionalistiv 1929 r. – K.: Akademvydav, 2005. – 189 s.
2. Bandera S.A. Perspektyvy ukrayinskoyi revolyutsiyi / S.A. Bandera. – Drohobych: Kolo, 1998. – 640 s.
3. Boydunyk O. Orhanizatsiya Ukrayinskykh Natsionalistiv i zasada vlasnykh syl narodu / O. Boydunyk // U kn.: OUN (1929-1954). – K.: Nauka, 1955. – 548 s.
4. Vassyayan Yu. Do holovnykh zasad natsionalizmu / Yu. Vassyayan // Natsionalizm: antolohiya. – K.: Heneza, 2000. – 246 s.
5. Vyedyenyeyev D.V. Dvobiy bez kompromisiv. Protymborstvo spetspidrozdiliv OUN ta radyanskykh syl spetsoperatsiy. 1945–1980-ti roky: Monohrafiya / D.V. Vyedyenyeyev. – K.: K.I.S., 2007. – 568 s.
6. Holyash S. Pidpilni drukarni / S. Holyash // Vyzvolnyy shlyakh. – London, 1982. – № 8. – S. 934-942.
7. Hrynevych L. Istoriya OUN, UPA na tli politychnoyi borotby v suchasniy Ukrayini / L. Hrynevych // Protystoyannya. Zvernennya, zayavy, lysty hromadskykh orhanizatsiy, politychnykh partiy, hromadyan Ukrayiny do Komisiyi z vyvchennya diyalnosti OUN-UPA. 1996-1998 rr. – K.: Instytut istoriyi Ukrayiny NAN Ukrayiny, 1999. – 368 s.
8. Demyan H.V. Ukrayinski povstanski pisni 1940–2000 (istoryko-folklorystychnye doslidzhennya) / H.V. Demyan. – Lviv: Instytut narodoznavstva NANU, 2003. – 584 s.
9. Dyakiv-Hornovyy O. Ideya i chyn (Povna zbirka tvoriv) / O. Dyakiv-Hornovyy. – Nyu-York – Toronto – Myunkhen, 1968. – 408 s.
10. Zelenchuk M. Pidpilna borotba v ostanniy stadiyi. 1950–1955 / M. Zelenchuk // Derzhavnist. – Lviv: Urbino, 1992. – № 3. – S. 35-46.
11. Karalno-represyivna systema v Ukrayini 1917-1953. Suspilno-politychnyy ta istoryko-pravovyy analiz: Zbirka dokumentiv / Upor. I. Bilas. – K.: Ranok, 1994. – Kn. II. – 685 s.
12. Kasyanov H.V. Do pytannya pro ideolohiyu Orhanizatsiyi ukrayinskykh natsionalistiv (OUN): analitychnyy ohlyad / H.V. Kasyanov. – K.: Instytut istoriyi Ukrayiny NAN Ukrayiny, 2003. – 63 s.
13. Nimchuk V.V. Pro ukrayinsku vpevdonimiyu ta kryptonimiyu / V.V. Nimchuk // Ukrayinska mova. – 2002. – № 2. – S. 30-58.

14. Serbyn R. Alleged War Criminals, the Canadian Media, and the Ukrainian Community / Ruslan Serbyn // Ukraine during World War II: History and his Aftermath. A Symposium / [ed. by Y. Boshyk]. – Edmonton: Canadian Institute of Ukrainian Studies University of Alberta, 1986. – 420 p.

15. Elektronnyy arkhiv ukrayinskoho vyzvolnoho rukhu. F. 13 – Kolektsiya drukovanykh vydan KHB USSR, spr. 376, t. 10. – 6 ark. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://avr.org.ua/getPDFasFile.php/arhupa/hdasbu-13-376-10-005.pdf>.

16. Rozbudova natsiyi. Orhan Provodu ukrayinskykh natsionalistiv: richnyk, 1929 r. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://fs132.www.ex.ua/get/2bd7453fe7728a4d4ee02178bedea1ec/18971857/RN1929.pdf>.

Иванчивский В. Вербовка новых членов ОУН среди украинского юношества: техника пропаганды агитаторов Провода в 1945-1950-х гг.

В статье на основе архивных материалов исследуется процесс вербовки новых членов Организации украинских националистов среди украинского юношества в 1945-1950-х гг. Рассматривается эволюционный путь техники пропаганды в послевоенные годы. Характеризуется эффективность агитационной работы и основные требования к ее исполнителям. Анализируются психологические методы воздействия на личность пропагандиста и сознание аудитории слушателей, которая состояла преимущественно из украинской молодежи.

Цель исследования заключается в том, чтобы проанализировать особенности ведения агитации среди юношества Организацией украинских националистов, осветить ее основные задачи и цели.

Методология исследования базируется на общенаучных принципах историзма, объективности и научности. Исследовательский инструментарий включает совокупность специальных методов исследования: методы поиска, систематизации, анализа и обобщения данных.

Ключевые слова: агитация, обучение, идеология, конспирация, ОУН, пропаганда.

Ivanychivskiy V. Recruitment a new members of the OUN among Ukrainian youth: propaganda machinery of the Provods agitator in 1945-1950-ies.

The article is based on archival materials the process of recruiting new members of the Organization of Ukrainian Nationalists among Ukrainian youth in 1945-1950's. We study the evolutionary path of propaganda machinery in the postwar years. Characterized efficiency campaign work and basic requirements for its members. Also analyzed psychological methods of influence on personality and advocate awareness audience of students, which consisted mainly of Ukrainian youth.

The purpose of the study is to analyze the features of agitation among the youth by the Ukrainian nationalists, highlight its main objectives and goals.

Research methodology is based on the general principles of historicism, objectivity and scientific. Research tools include a set of special methods of research: methods of finding, organizing, analyzing and summarizing data.

Keywords: propaganda, training, ideology, conspiracy, OUN propaganda.

Одержано 28.03.2016.