

# Журналістика

УДК 007 : 304 : 070 + 004.9 + 001

DOI: 10.31471/2304-7402-2019-2(54)-329-348

## КЛАСИФІКАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ В ГАЗЕТАХ РЕЙХСКОМІСАРІАТУ «УКРАЇНА» (У ПЕРІОД ВІД 1 ВЕРЕСНЯ 1941 РОКУ ДО 17 ЛИПНЯ 1942 РОКУ)

**О. М. Холод**

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
кафедра журналістики; 76000, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57;  
тел. 066 101 75 84; e-mail: akholod@ukr.net*

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

*За результатами дослідження: 1) встановлено, 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» «Великої Німеччини», а також не мали достатніх журналістських підготовки та досвіду для реалізації гебельсово-гітлерівських задумів.*

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

### **Вступ**

*Проблема, яку ми вивчаємо, полягає у тому, що донині невідомий перелік специфічних комунікаційних технологій соціального інжинірингу, що використовувався у газетах Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року.*

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

*Метою дослідження* ми визначили виокремлення, опис та класифікацію комунікаційних технологій соціального інжинірингу у газетах Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року.

#### **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 року до 17 липня 1942 року;

2) встановлення конкретного переліку і назв газетних видань (із вказуванням міст їхнього видання);

3) здійснення контент-аналізу за одиницями «слово» й «тема» для встановлення і виокремлення комунікаційних технологій соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна», що виходили у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року;

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 у пресі Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року. Оскільки соціальний інжиніринг передбачає три основних етапи (перший етап – ідентифікація моделей соціальних дії, 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 задіяні 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 у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року.

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 рукоштовпання Гітлера і Бормана, Гітлера і Геббельса та таке інше);

3) розміщення на шпальтах газет карикатур, спрямованих проти союзу Великої Британії та США із СРСР;

4) зведені дані про перебіг боїв (про втрати «совєтських» ворожих сил, про перемогп непереможної Німецької Армії на фронтах Північної Африки, на Далєкому 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 Німєччини;

2) публікація оголошень про працевлаштування бажаючих 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-Клинк, Ю. Штрейхера тощо.

*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 Німєччини);

2) інформаційні повідомлення про те, що перемовини завершилися підписанням угоди про співпрацю (приміром, про співпрацю Німєччини і Японії, Німєччини і Румунії та т. 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 року до 17 липня 1942 ро-

ку), ми встановили, що за даними попередніх досліджень [1–2; 4–10; 15–17] на території Рейхскомісаріату «Україна» (частина окупованої території УРСР) від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року діяли 6 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 року і 24 газети – 1942 року).

**1941 року 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 року 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 встановлення і виокремлення комунікаційних технологій соціального інжинірингу в газетах Рейхскомісаріату «Україна», що виходили у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року (результати див. у табл. 1–6 та у діаграмах 1–4 у Додатках А–М).

Показники діаграми 1, у якій ми відбили діапазон і частотність застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу на трьох етапах: *ідентифікації (Id)*, *моделювання (Mod)*, *верифікації (Ver)* та в «ланцюжках»: «Id + Мод»; «Id + Мод + Вер»; «Id + Вер»; «Мод + Вер», дозволив 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» (далі – РКУ) у період від 1.09.1941 року до 17.07.1942 року має типові КТ, до яких слід віднести:

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 у майбутньому, широку торгівлю на ринках, заготівлю палива на зиму, ремонтування пошкодженого більшовиками, роботу пленуму КМГ (49,5%);

2) статті, у яких автори аналізують минуле і пропонують нові моделі поведінки для покращення 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 панчоx до поправи, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та інше (23,8%);

3) «врізки», гасла, заклики, які зазивають до збору врожаю, збору зимових речей для допомоги німецькій армії та інше; зазив їхати до Німеччини (15,8%).

4. Низькочастотні показники (2 % і менше) зафіксовані нами 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 у пресі РКУ у період від 1.09.1941 року до 17.07.1942 року 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 – зустрічається лише в поодиноких випадках. Занотоване означає, на наш погляд, те, що преса РКУ активно застосовує комунікаційні технології ідентифікації.

Разом із тим, 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 нам деталізувати попередні загальні висновки і 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 і сформулювати висновки.

На етапі ідентифікації у процесі соціального інжинірингу в пресі РКУ були застосовані такі 8 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 (фотографії рукоштовання А. Гітлера і М. Бормана, А. Гітлера і Й. Геббельса та таке інше);

- 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 «совєтських» 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 дієвіших на час війни 1941–1945 років 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 – в газетах РКУ у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року відбито у діаграмі 3. Нами встановлено, що згаданий діапазон склали 8 таких КТ:

1) технологія 1 – «врізки», гасла, заклики, які зазивають до збору врожаю, збору зимових речей для допомоги німецькій армії та інше; зазив 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 журналістських 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 бажаючих 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 бастион Європи; аналітичні статті про переваги і 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 тощо;

7) технологія 7 – оголошення про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчоx до поправи, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та інше;

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 три такі: «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 панчох до поправи, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та інше» (23,8%); ««врізки», гасла, заклики, які зазивають до збору врожаю, збору зимових речей для допомоги німецькій армії та інше; зазив 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, але й період довоєнний, коли в Україні (УРСР) панувала преса тоталітарного режиму.

Під час аналізу отриманих даних та їхньої інтерпретації ми відстежили явище «дифузії» (злиття в одному тексті ознак КТ двох–трьох етапів соціального інжинірингу). Виявлене явище у робочому порядку ми назвали «ланцюжки» і зафіксували 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 нами в табл. 4 та діаграмі 3. Аналіз таблиці та діаграми дозволив зафіксувати 8 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, у яких автори аналізують минуле і пропонують нові моделі поведінки для покращення життя суспільства;

6) технологія 6 – друк художніх творів (нарисів, віршів, оповідань, спогадів, історичних матеріалів, гуморесок, анекдотів), у 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 майбут-



ньому, 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 у період від 1.09.1941 року до 17.07.1942 року «дифузних» КТ показало збереження загальної тенденції створення газетного матеріалу і подавання в ньому інформації. Винятком у КТ «ланцюжку» ми 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 піддати аналізу ситуацію, вмотивувати власні агресивні дії.

У табл. 6 та діаграмі 4 ми відбили діапазон і частотності застосування в газетах РКУ комунікаційних технологій соціального інжинірингу із сумарними, «дифузними», ознаками першого етапу ідентифікації (Id), другого етапу моделювання (Mod) та третього етапу верифікації (Ver). Аналіз показників згаданих таблиці та діаграми дозволили нам зафіксувати декілька 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 pana 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 у 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 ми пояснюємо прагненням німецької сторони у процесі здійснення державного

менеджменту РКУ не лише «звітуватися» про певну інформацію, а й змодельовати «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 нами на початку дослідження, ми, 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 у період від 1.09.1941 року до 17.07.1942 року 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 таке інше);
- 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» воєнних 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 зазивають до збору врожаю, збору зимових речей для допомоги німецькій армії та інше; зазив 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 бажаючих 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 і 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 тощо;

7) оголошення про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчоx до поправки, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та інше;

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 у пресі (газетах) РКУ у період від 1.09.1941 року до 17.07.1942 року 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 у 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, у яких автори аналізують минуле і пропонують нові моделі поведінки для покращення життя суспільства;

6) друк художніх творів (нарисів, віршів, оповідань, спогадів, історичних матеріалів, гуморесок, анекдотів), у 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 року до 17.07.1942 року декларується лише однією комунікаційною технологією, а саме: «На тлі 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 6, 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 пана Магеровського та його заступника);

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

3) аналітична стаття з констатацією упевненості у 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 року та України 1931 року як джерело ресурсів для Європи);

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

6) журналістські матеріали художньо-публіцистичних жанрів (нарис, замальовки, портрети), у 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 у газетах Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року. Поставлена мета була досягнута повною мірою.

Для реалізації мети були визначені конкретні 4 процедури. Кожна процедура дала можливість констатувати конкретні висновки.

Згідно з першою дослідницькою процедурою ми здійснили аналіз джерел, що свідчать про адміністративно-господарський устрій Рейхскомісаріату «Україна» у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року і встановили, що в аналізований період у РКУ діяли 6 генеральних округів (Волинь/Поділля (центр у м. Рівне); Житомир, Київ, Миколаїв, Дніпропетровськ та частина Таврії/Криму, із центром у м. Мелітополь). Також було встановлено, що в згаданий період на території ше-

сти округів за гроші фашистів видавалися 34 газети (10 газет видавалися 1941 року і 24 газети – 1942 року).

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

За третьою дослідницькою процедурою ми здійснили 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 у період від 1 вересня 1941 року до 17 липня 1942 року.

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

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 наштовхнули 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» «Великонімеччини», по-друге, не мали достатніх журналістських підготовки та досвіду для реалізації гебельсово-гітлерівських задумів. Об'єктивним ми вважаємо передбачення і 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**

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

### *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 екрану.
4. Дистрикт [Електронне видання]. – Електронний ресурс: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Дистрикт> (дата звернення: 4.06.2015). – Назва з екрану.
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 екрану.
8. Рекотов П. (а) Органи управління в Україні під час фашистської окупації // Пам'ять століть. – 1997. – № 5. – С. 121.
9. Рекотов П. (б) Адміністративний, судовий та поліцейський апарат Рейхскомісаріату Україна (1941–1944 рр.) // Нова політика. – 1997. – № 3. – С. 51–56.
10. Стафійчук И. П. Комсомол Украины в партизанском движении 1941–1944 гг.: (Политработа среди населения оккупированных районов). – 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-porvnlanii-anal-z.html> (дата звернення: 5.06.2015). – Назва з екрану.
12. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- та психолінгвістичний аналіз: навч. посіб. / Холод О.М. – Львів: 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 екрану.

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 екрану.
16. Черняков Б. І. Окупаційна преса Рейхскомісаріату Україна / Б. І. Черняков // Зб. праць 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, оп. 1. – Спр. 149. – Арк. 21–27.

*Стаття надійшла до редакційної колегії 12.12.2018 р.  
Рекомендовано до друку д.ф.н., професором Аркушиним Г.Л.*

**CLASSIFICATION OF COMMUNICATION TECHNOLOGIES  
SOCIAL ENGINEERING IN THE NEWSPAPERS  
OF THE REICHSCOMISARIAT "UKRAINE"  
(FROM SEPTEMBER, 1, 1941 FOR JULY, 17, 1942)**

**A. M. Kholod**

*Vasyl Stefanyk Precarpathian National University; Chair of Journalism;  
76018, Ivano-Frankivsk, Shevchenko St., 57;  
tel. 066 101 75 84; e-mail: akholod@ukr.net*

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

*On results research: 1) it is set that more active than all in the newspapers of (RCU) on the first year his existence technologies of the first stage of the social engineering (namely are authentications) were used; 2) actively enough the authors of journalistic materials called to of communication technologies that declared "diffuse" character of confluence of two stages of the social engineering, namely are authentications and designs; 3) the no active enough (only in 9%) journalists of fascist newspapers of (RCU) called to of communication technologies of the stage of design of reality.*

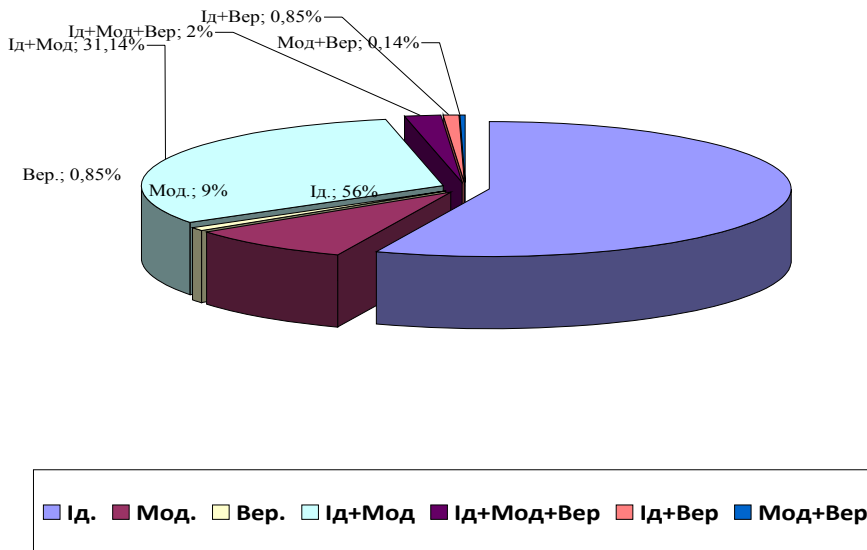
*Conclusions: the authors of journalistic materials did not aim to design future reality of "new order" of "Greatgermanium", and also did not have sufficient journalistic preparation and experience for realization Goebels and Hitler intentions.*

**Key words:** *newspapers, Reichscommissariat "Ukraine", authentication, design, verification.*

## 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;

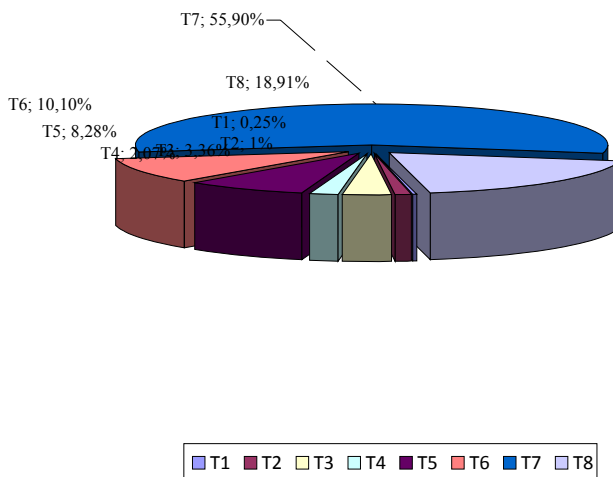
Ід + Вер – ідентифікація + верифікація;

Мод + Вер. – моделювання + верифікація.



Діаграма 2

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

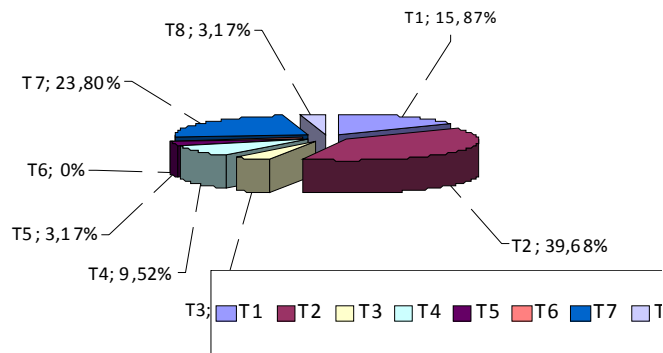


Примітки:

- 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 таке інше);
- 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 «советських» 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);
- 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*

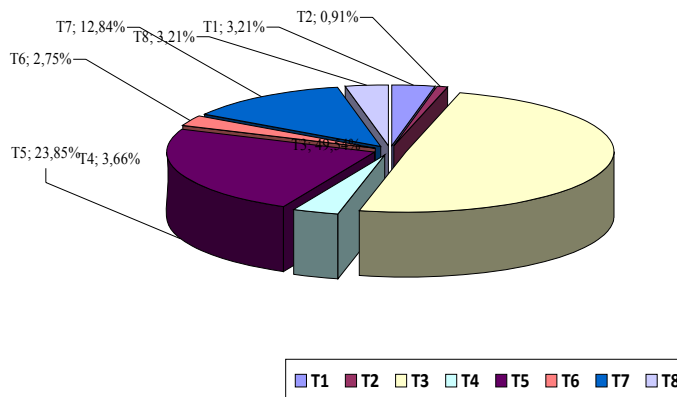


Примітки:

- T1 – технологія 1 – **«врізки», гасла, заклики**, які зазивають до збору врожаю, збору зимових речей для допомоги німецькій армії та інше; зазив їхати до Німеччини;
- T2 – технологія 2 – **інформаційні повідомлення** про відбудову шкіл, відновлення роботи шкіл, лікарень, міст; курси навчання, набір секретарок, вчителів, 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 бажаних 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** і 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 тощо;
- T7 – технологія 7 – **оголошення** про пошук перекладачів, роботу Союзу пасічників, прийняття панчоx до поправки, знайомство, послуги адвокатів, винаймання житла та інше;
- 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.)

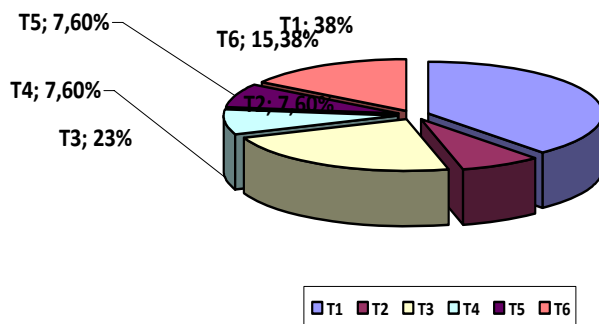


#### Примітки:

- 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 у 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**, у яких автори **аналізують** минуле і пропонують нові моделі поведінки для покращення життя суспільства;
- T6 – технологія 6 – друк **художніх творів** (нарисів, віршів, оповідань, спогадів, історичних матеріалів, гуморесок, анекдотів), у яких автори через аналіз сьогодення пропонують моделі поведінки людей у певних ситуаціях;
- T7 – технологія 7 – **оголошення**, анонси вистав, кінофільмів;
- T8 – технологія 8 – **врізка-цитата**, заклик, гасло, звернення.

Діаграма 5

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



Примітки:

- T1 – 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 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);
- T2 – технологія 2 – **лист остарбайтера + світлина** про те, як гарно живеться тим, хто виїхав до Німеччини на працю;
- T3 – технологія 3 – **аналітична стаття** з констатацією упевненості у майбутніх наслідках (про орієнтацію А. Гітлера на сили власної німецької армії);
- T4 – технологія 4 – **портретно-іміджеві нотатки** (про Черчілль-письменника, який суперечить сам собі в характеристиках Німеччини 1939 року та України 1931 року як джерело ресурсів для Європи);
- T5 – технологія 5 – **інформаційне повідомлення-інструкція** (про діяльність Червоного Хреста у розшуку рідних-полонених: про перелік документів, які необхідні для розшуку);
- T6 – технологія 6 – журналістські матеріали **художньо-публіцистичних жанрів** (нариса, замальовки, портрети), у яких автори сюжетів констатують певний факт, моделюють ситуацію і розповідають про застосування описаної моделі (вчинку) зображуваними героями.