

Історія

УДК 355.40:323.28:94(430)"1938/1945"

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.20444885>

**Психологічна війна Третього рейху: структура, інструменти та
механізми реалізації**

Іваненко С. М.

полковник, доктор філософії старший
викладач кафедри воєнної історії України
НУОУ (Київ, Україна)
<https://orcid.org/0000-0001-6382-040X>

Прийнято: 14.05.2026 | Опубліковано: 29.05.2026

***Анотація.** У статті досліджується система пропагандистсько-психологічного забезпечення у нацистській Німеччині в 1938–1945 рр. Проаналізовано місце психологічної війни у стратегічній концепції Третього рейху, організаційну структуру органів пропаганди та особливості їх взаємодії з військовими, розвідувальними, партійними й державними інституціями. Встановлено, що нацистське керівництво розглядало психологічну війну як рівнозначний елемент поряд зі збройною, економічною та дипломатичною боротьбою, інтегруючи її у загальну систему стратегічного планування воєнних кампаній.*

Особливу увагу приділено діяльності Імперського міністерства народної освіти і пропаганди на чолі з Й. Геббельсом, Управління воєнної пропаганди вермахту, Абверу, РСХА, служби безпеки СД та спеціальних

пропагандистських і диверсійних підрозділів Третього рейху. Досліджено механізми централізованого управління пропагандистсько-психологічними заходами, форми координації між цивільними та військовими структурами, а також роль спеціальних служб у проведенні інформаційно-психологічних операцій.

Розкрито особливості підготовки та реалізації пропагандистських кампаній під час агресії проти країн Європи та СРСР. Проаналізовано використання дезінформації, підривної пропаганди, диверсійної діяльності, маніпулювання громадською думкою, штучного створення кризових ситуацій і використання етнічних та соціальних суперечностей як інструментів досягнення стратегічних цілей нацистської Німеччини. Визначено, що інформаційно-психологічний вплив розглядався керівництвом Третього рейху як важливий засіб деморалізації противника, дестабілізації тилу та зниження ефективності державного й військового управління.

Обґрунтовано, що досвід психологічної війни Третього рейху має важливе теоретичне та практичне значення для розуміння сучасних форм гібридного протиборства, у межах якого інформаційно-психологічний вплив дедалі частіше виступає самостійним інструментом досягнення політичних і воєнних цілей без прямого застосування жорсткої сили. Проведений аналіз дозволяє простежити історичну еволюцію механізмів інформаційного впливу та визначити окремі спільні риси між практиками психологічної війни нацистської Німеччини та сучасними моделями інформаційного протиборства.

Ключові слова: *психологічна війна, пропаганда, інформаційна боротьба, Друга світова війна, інформаційно-психологічний вплив, підривна пропаганда, гібридна війна, маніпуляція масовою свідомістю, дезінформація.*

Psychological warfare of the Third Reich: structure, instruments, and mechanisms of implementation

Serhii Ivanenko,

Colonel, Doctor of Philosophy, Senior Lecturer,
Military History of Ukraine Department, NDUU, Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0001-6382-040X>

Abstract. *The article examines the system of propaganda and psychological support in Nazi Germany during 1938–1945. The study analyzes the role of psychological warfare within the strategic concept of the Third Reich, the organizational structure of propaganda bodies, and the specifics of their interaction with military, intelligence, party, and state institutions. It has been established that the Nazi leadership regarded psychological warfare as an element equal in importance to armed, economic, and diplomatic struggle, integrating it into the overall system of strategic planning for military campaigns.*

Particular attention is devoted to the activities of the Reich Ministry of Public Enlightenment and Propaganda headed by J. Goebbels, the Wehrmacht Propaganda Directorate, the Abwehr, the RSHA, the SD Security Service, and specialized propaganda and sabotage units of the Third Reich. The mechanisms of centralized management of propaganda and psychological measures, forms of coordination between civilian and military structures, as well as the role of special services in conducting information and psychological operations are examined.

The article reveals the specific features of preparing and implementing propaganda campaigns during aggression against European states and the USSR. It analyzes the use of disinformation, subversive propaganda, sabotage activities, manipulation of public opinion, artificial creation of crisis situations, and exploitation of ethnic and social contradictions as instruments for achieving the strategic objectives of Nazi Germany. It is determined that information and

psychological influence was regarded by the leadership of the Third Reich as an important means of demoralizing the enemy, destabilizing the rear, and reducing the effectiveness of state and military administration.

It is substantiated that the experience of psychological warfare employed by the Third Reich has significant theoretical and practical importance for understanding modern forms of hybrid confrontation, in which information and psychological influence increasingly acts as an independent instrument for achieving political and military objectives without the direct use of hard power. The conducted analysis makes it possible to trace the historical evolution of mechanisms of information influence and identify certain common features between the practices of psychological warfare used by Nazi Germany and modern models of information confrontation.

Keywords: *psychological warfare, propaganda, information warfare, World War II, information and psychological influence, subversive propaganda, hybrid warfare, manipulation of mass consciousness, disinformation.*

Постановка проблеми в загальному вигляді. У сучасних умовах трансформації характеру воєнних конфліктів дедалі більшого значення набувають невоєнні засоби боротьби, серед яких особливу роль відіграє інформаційно-психологічний вплив. Досвід ХХ століття засвідчив, що досягнення стратегічних цілей держави можливе не лише шляхом застосування збройної сили, а й через системне використання пропаганди, дезінформації, психологічного тиску та підривної діяльності, спрямованої на деморалізацію противника й дестабілізацію суспільства. У цьому контексті особливого значення набуває вивчення досвіду нацистської Німеччини у сфері організації та ведення психологічної війни у 1938–1945 рр.

Нацистське керівництво одним із перших у ХХ столітті інтегрувало пропагандистсько-психологічний вплив у загальну систему стратегічного

планування війни, розглядаючи його як рівнозначний елемент поряд зі збройною, економічною та дипломатичною боротьбою. Формування централізованої системи державної пропаганди, створення спеціалізованих структур психологічної війни, використання диверсійних та інформаційних методів впливу на населення і війська противника стали важливими складовими воєнної стратегії Третього рейху.

Актуальність дослідження посилюється сучасними російсько-українськими інформаційними протистоянням, у межах яких Російська Федерація активно застосовує методи пропаганди, дезінформації, маніпулювання масовою свідомістю та психологічного впливу. Аналіз історичного досвіду нацистської Німеччини дозволяє простежити еволюцію механізмів інформаційно-психологічного впливу, виявити їх спільні риси із сучасними практиками гібридної війни та виробити практичні рекомендації щодо протидії подібним загрозам у сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика психологічної війни, пропагандистсько-психологічного забезпечення воєнних кампаній та інформаційного впливу на масову свідомість неодноразово ставала предметом дослідження як зарубіжних, так і українських науковців. Значний внесок у вивчення системи нацистської пропаганди зробили західні дослідники, зокрема Г. Ласвелл [9], Е. Бернейс [1], Ж. Еллюль, П. Лайнбарджер [8], В. Шрамм, які розглядали пропаганду як один із ключових інструментів ведення війни та політичного контролю.

В українській історіографії питання інформаційно-психологічного впливу нацистської Німеччини висвітлювалися переважно у контексті дослідження Другої світової війни, історії спецслужб, пропаганди та окупаційної політики Третього рейху. Водночас у сучасних наукових працях Горбуліна В. П. [5], Дороніна Т. О., Магда Є. В. [10], Чайковський А. С. [16] дедалі більше уваги приділяється порівняльному аналізу історичних і

сучасних форм інформаційного протиборства, насамперед у контексті російсько-української війни та гібридних загроз.

Разом із тим сучасні дослідження все частіше акцентують увагу на міждисциплінарному підході до вивчення психологічної війни, поєднуючи історичний, політологічний, безпековий та інформаційно-комунікаційний аспекти аналізу.

Невирішені складові загальної проблеми. Попри значну кількість наукових праць, присвячених пропаганді та психологічній війні нацистської Німеччини, низка аспектів цієї проблематики залишається недостатньо дослідженою. Насамперед це стосується комплексного аналізу психологічної війни як інтегрованого елементу стратегічного планування воєнних кампаній Третього рейху та взаємодії між державними, військовими, партійними і спеціальними органами у сфері інформаційно-психологічного впливу.

Недостатньо опрацьованими залишаються питання еволюції форм і методів підривної пропаганди, механізмів її адаптації до різних театрів воєнних дій та особливостей застосування проти різних соціальних і національних груп. Потребує подальшого дослідження й роль спеціальних служб — Абверу, РСХА, СД — у реалізації психологічних операцій та координації диверсійно-пропагандистської діяльності.

Окремою невирішеною проблемою є недостатній рівень порівняльного аналізу історичного досвіду нацистської пропаганди із сучасними технологіями інформаційного протиборства та гібридної війни. Зокрема, потребує глибшого вивчення питання спадковості окремих методів інформаційно-психологічного впливу, що застосовуються Російською Федерацією у сучасних конфліктах, а також вироблення практичних висновків для системи інформаційної безпеки України.

Виклад основного матеріалу. Чим більше часу минає з моменту закінчення Другої світової війни тим активніше науковці переосмислюють їх



із нових методологічних позицій, аналізуючи причини, механізми та наслідки їх виникнення. Особливого значення набувають дослідження технологій формування та реалізації воєнно-політичних стратегій минулого з метою виявлення історичних аналогій і вироблення практичних уроків для сучасності.

В умовах трансформації характеру сучасних конфліктів, коли застосування збройної сили перестає бути єдиним і визначальним інструментом досягнення стратегічних цілей, значної актуальності набуває вивчення досвіду пропагандистсько-психологічного забезпечення воєнних кампаній нацистської Німеччини у 1938–1945 рр. Саме у цей період інформаційно-психологічний вплив почав розглядатися як один із ключових елементів ведення війни.

Відповідно до воєнно-політичної концепції нацистського керівництва майбутня війна мала бути тотальною та всеосяжною, а для досягнення перемоги допускалося використання всіх доступних засобів впливу як проти збройних сил противника, так і проти цивільного населення. Воєнний теоретик НСДАП К. Хірл ще у 1929 році зазначав, що поряд із збройною та економічною боротьбою важливе місце посідає «пропагандистська війна», покликана паралізувати волю до перемоги та моральну стійкість населення противника [2, с. 112].

Подібних поглядів дотримувався й А. Гітлер, який розглядав пропаганду як інструмент попереднього психологічного зламу противника ще до початку активних бойових дій. На його думку, у війнах майбутнього пропаганда повинна була замінити традиційну артилерійську підготовку, забезпечуючи морально-психологічне послаблення ворога до вступу армій у безпосереднє зіткнення [2, с. 294].

Під час Нюрнберзького процесу над головними нацистськими воєнними злочинцями було документально підтверджено, що підривна пропаганда та



психологічна війна відігравали надзвичайно важливу роль у підготовці та реалізації агресивної політики Третього рейху у 1938–1945 рр. [1, с. 527].

Концептуальні засади психологічної війни були закріплені у стратегічних документах вищого військового керівництва вермахту, зокрема у пам'ятній записці штабу верховного головнокомандувача збройних сил (ОКВ) «Проблеми організації керівництва війною» та додатку до неї «Якою вбачається війна майбутнього?» від 19 квітня 1938 року. У цих документах особливий акцент робився на зростанні ролі психологічного та пропагандистського впливу в системі ведення війни. Сам термін «психологічна війна» почав активно використовуватися з 1941 року [3, с. 45].

У документах ОКВ наголошувалося, що поряд із традиційними воєнними засобами дедалі більшого значення набувають психолого-пропагандистські та економічні методи впливу на противника. Зокрема зазначалося, що у випадку успішного впливу на моральний стан населення та джерела могутності ворога його розгром може бути досягнутий навіть без вирішальних воєнних перемог [6, с. 131]. Таким чином, психологічна війна фактично прирівнювалася за значенням до збройної боротьби.

Особливу увагу нацистське керівництво приділяло централізованій системі управління психологічною війною. Відповідно до прийнятих директив координація пропагандистської діяльності мала здійснюватися вищим військово-політичним керівництвом держави, а практичне керівництво — покладалося на імперського міністра пропаганди [6, с. 165].

На основі досвіду військових маневрів та агресивних кампаній 1938–1939 рр. на початку 1940 року функції органів, відповідальних за ведення психологічної війни, були уточнені та систематизовані. Ключову роль у цій системі відігравали начальник штабу оперативного управління збройних сил генерал-полковник А. Йодель, начальник Управління воєнної пропаганди

вермахту Х. фон Ведель, а також керівництво Абверу на чолі з адміралом В. Канарісом.

Особливе місце в системі психологічної війни займав Абвер, зокрема його 2-й відділ, який відповідав за організацію політичних диверсій, підривної пропаганди, саботажу та використання представників національних меншин і антиурядових організацій в іноземних державах. До функцій цього підрозділу входила також підготовка заходів із дезорганізації морально-психологічного стану збройних сил противника, організація диверсійної діяльності та картографічне забезпечення майбутніх операцій [15, с. 171–179].

Таким чином, ще напередодні Другої світової війни нацистська Німеччина сформувала цілісну систему психологічної війни, яка поєднувала державні, військові, розвідувальні та пропагандистські структури й була інтегрована у загальну систему стратегічного планування воєнних кампаній.

Розмежування функцій між органами вищого військово-політичного керівництва Третього рейху у сфері пропагандистсько-психологічного забезпечення війни свідчить про комплексний характер підготовки до майбутніх воєнних кампаній. Підривна пропаганда розглядалася не як ізольований інформаційний інструмент, а як складова ширшої системи впливу, що поєднувала психологічні, політичні, економічні та диверсійні заходи. Її основною метою було послаблення морально-психологічної стійкості противника, дезорганізація суспільства та формування умов для зниження ефективності державного й військового управління.

Таким чином, стратегічна концепція нацистської Німеччини у роки Другої світової війни передбачала розгляд психологічної війни як рівнозначного елементу поряд зі збройною, економічною та дипломатичною боротьбою. Психологічний вплив інтегрувався у загальну систему керівництва війною та координувався на рівні вищих державних, партійних і військових органів гітлерівської Німеччини.

Після приходу А. Гітлера до влади у 1933 році в Німеччині розпочалося активне формування централізованої системи підривної пропаганди, орієнтованої як на власне населення, так і на міжнародну аудиторію. Ця система функціонувала під безпосереднім контролем державного та партійного керівництва, що забезпечувало єдність ідеологічного змісту та координацію всіх пропагандистсько-психологічних заходів.

Ключовим елементом цієї системи стало Імперське міністерство народної освіти і пропаганди, створене у березні 1933 року під керівництвом одного з головних ідеологів нацистського режиму — Йозефа Геббельса. Значення цього органу у структурі Третього рейху підтверджується масштабами його діяльності: вже у 1934 році пропагандистський апарат налічував близько 14 тисяч працівників та контролював понад 2300 щоденних газет. Фінансування пропагандистської діяльності також мало стратегічний характер: витрати міністерства пропаганди становили 55,3 млн. марок, що перевищувало бюджет міністерства закордонних справ, який складав 49,4 млн. марок. Вже у 1935 році на внутрішню пропаганду в Німеччині витрачалося близько 130 млн марок, а на пропаганду за кордоном — ще 120 млн. марок. За оцінками американських дослідників, загальні щорічні витрати нацистської Німеччини на пропаганду перевищували 500 млн. доларів [6, с. 296].

Водночас до системи підривної пропаганди були залучені не лише державні, а й партійні структури НСДАП. У квітні 1933 року було створено Зовнішньополітичне бюро НСДАП під керівництвом одного з головних ідеологів нацизму Альфреда Розенберга. Основним завданням цієї структури стало керівництво підривною діяльністю за кордоном та забезпечення ідеологічного супроводу зовнішньополітичної експансії Третього рейху.

Бюро Розенберга діяло у тісній взаємодії з міністерством пропаганди та військовим керівництвом Німеччини, відіграючи важливу роль у підготовці та

інформаційно-психологічному забезпеченні агресивної політики нацистської держави, насамперед у країнах Центральної та Східної Європи.

У структурі бюро функціонувала широка мережа дослідницьких центрів та інститутів, які займалися вивченням країн Східної Європи та розробкою ідеологічного обґрунтування експансіоністської політики Третього рейху. Серед них — Інститут Східної Європи, Інститут дослідження Сходу, Лейпцизька спілка інститутів Південного Сходу, Інститут німецької праці на Сході та інші науково-аналітичні структури. До цієї діяльності також активно залучалися освітні заклади, підрозділи СС та спеціалізовані дослідницькі служби, які формували ідеологічне та пропагандистське підґрунтя політики «Drang nach Osten» («натиску на Схід»).

21 квітня 1941 року за наказом А. Гітлера Альфреда Розенберга було призначено уповноваженим з питань контролю над східноєвропейським простором у ранзі міністра. Це рішення засвідчувало зростання ролі інформаційно-пропагандистського забезпечення у підготовці до майбутньої війни проти СРСР. Характер і напрями діяльності цього спеціального державного органу відображені у «Звіті про підготовлену роботу з питань, пов'язаних з онімеченням Східної Європи», поданому Гітлеру напередодні німецького вторгнення до Радянського Союзу. У документі, зокрема, зазначалося, що організація А. Розенберга підготувала «велику кількість листівок, які скидатимуть над російським фронтом», а також планувала виготовлення нових агітаційних матеріалів зі зверненнями до окремих народів СРСР [4, с. 220–221]. Це свідчить про те, що нацистське керівництво розглядало інформаційно-психологічний вплив як один із ключових елементів підготовки до війни.

Особливе місце у системі психолого-пропагандистського забезпечення Третього рейху посідали органи воєнної пропаганди. До 1936 року Міністерство пропаганди на чолі з Й. Геббельсом фактично монопольно

здійснювало планування, організацію та координацію пропагандистської діяльності в Німеччині. Однак досвід масштабних військових маневрів 1936–1937 років, під час яких уперше були залучені спеціалізовані пропагандистські підрозділи, продемонстрував недостатню ефективність централізованої цивільної системи пропаганди в умовах ведення сучасної війни. У зв'язку з цим командування вермахту дійшло висновку про необхідність створення власних військових органів пропаганди, з чим змушений був погодитися і Й. Геббельс.

У процесі підготовки операції «Грюн» із захоплення Чехословаччини наказом Генерального штабу сухопутних військ (ОКХ) від 16 серпня 1938 року при 4-й, 8-й, 12-й та 17-й арміях вторгнення були сформовані спеціальні роти пропаганди. Відповідно до інструкцій ОКВ, їх командири повинні були діяти у тісній взаємодії з органами воєнної розвідки. Саме під час захоплення Судетської області та Чехословаччини ці підрозділи вперше були використані у реальній бойовій обстановці.

Після завершення кампанії між Міністерством пропаганди та Верховним командуванням вермахту (ОКВ) було укладено спеціальну угоду про ведення пропаганди у воєнний період. У документі наголошувалося, що «пропагандистська війна є важливим засобом ведення війни, яка рівнозначна збройній боротьбі». Цей підхід був закріплений директивою А. Гітлера від 8 вересня 1939 року щодо організації пропаганди у воєнний час [14, с. 297].

Напередодні Другої світової війни система військової пропаганди була значно розширена. При кожній армії вермахту було створено окрему роту пропаганди, чотири роти діяли у складі військово-повітряних сил, ще дві — у військово-морських силах. Координація їх діяльності покладалася на Управління пропаганди при штабі ОКВ, створене 1 квітня 1939 року. Ця структура безпосередньо підпорядковувалася штабу оперативного управління



збройними силами та відповідала за інтеграцію заходів підривної пропаганди у загальну стратегію воєнних кампаній Третього рейху.

Під час розробки кожного оперативного-стратегічного плану штаб оперативного управління надавав Управлінню пропаганди окремі завдання щодо підготовки планів пропагандистсько-психологічного забезпечення відповідних воєнних операцій. Після погодження начальником штабу оперативного управління та особисто А. Гітлером ці плани набували статусу директив і надсилалися до Міністерства пропаганди, військових структур та інших державних органів для виконання.

На відміну від багатьох розвідувальних служб світу XX століття, німецький абвер мав у своєму розпорядженні власні диверсійні та спеціальні підрозділи, призначені для проведення саботажу, терористичних актів і психологічних операцій. Найбільш відомою серед них була диверсійна структура «Бранденбург-800», до складу якої входили полк «Курфюрст», батальйони «Бергман», «Роланд» та «Нахтігаль». Для координації діяльності польових органів абверу, приданих арміям вторгнення, адмірал В. Канаріс у червні 1941 року створив спеціальний оперативний штаб «Валлі» у містечку Сулеювек поблизу Варшави. У структурі відділу «Валлі-2» діяли спеціальні абверкоманди № 201–206, які займалися диверсійною діяльністю на радянсько-німецькому фронті та в тилу Червоної армії.

Напередодні вторгнення до СРСР абвер сформував спеціальну групу «А», основним завданням якої була підготовка диверсійних акцій та організація діяльності, спрямованої на дестабілізацію радянського тилу [2, с. 280]. У межах підготовки до війни у прикордонних із СРСР районах у стислі терміни було створено понад 40 розвідувальних пунктів для підготовки та перекидання агентури за лінію фронту. Загалом упродовж німецько-радянської війни на фронті та в тилу діяло понад 130 військово-розвідувальних і диверсійних



органів, а також близько 60 спеціальних шкіл для підготовки агентурного апарату [4, с. 155].

На абвер покладалося не лише ведення розвідувально-диверсійної діяльності, а й реалізація масштабних дезінформаційних заходів напередодні вторгнення. Після ознайомлення з ситуацією на Східному фронті у серпні 1941 року адмірал В. Канаріс за наказом А. Гітлера ініціював перегляд стратегії діяльності розвідувальних служб. Одним із ключових напрямів стало розширення підготовки кваліфікованої агентури для посилення роботи, спрямованої на підрив морально-психологічного стану радянських військ [4, с. 23]. Аналогічні завдання були поставлені й перед структурами Головного управління імперської безпеки (РСХА).

Із початком бойових дій функції ведення підривної пропаганди та організації диверсій у радянському тилу були покладені також на розвідувальні відділи німецьких груп армій, які створювали для цього спеціалізовані підрозділи. У тісній взаємодії з абвером діяв відділ Генерального штабу сухопутних військ (ОКХ) «Іноземні армії — Схід», що виконував завдання з добування розвідувальної інформації безпосередньо на фронті та організації підривної пропаганди проти військ і цивільного населення радянського тилу. У 1942 році при ньому було створено спеціальну групу «Активна пропаганда на Сході» на чолі з полковником Генерального штабу Г. Мартіном, яка координувала свою діяльність із відділом «Іноземні армії — Схід» [2, с. 31–37].

Важливу роль у реалізації заходів психологічної війни відіграло Головне управління імперської безпеки (РСХА), що входило до структури Міністерства внутрішніх справ Третього рейху. До складу РСХА входила служба безпеки СД під керівництвом бригаденфюрера СС В. Шелленберга, яка здійснювала політичну розвідку, організовувала диверсійні й терористичні акції та підтримувала інспіровані повстанські рухи. Після провалу плану

«бліцкригу» наприкінці 1941 року перед РСХА було поставлено завдання активізувати діяльність, спрямовану на підриив морального духу радянських військ, організацію диверсій та посилення підриивної пропаганди в тилу СРСР.

З цією метою у лютому 1942 року було створено спеціальний розвідувально-диверсійний орган «Цеппелін» (Z-VI), головним завданням якого визначалося руйнування морально-психологічної стійкості радянського суспільства та розпалювання міжнаціональної ворожнечі. У директиві Г. Гімmlера від 15 лютого 1942 року керівництву Z-VI ставилося завдання «допомогтися політико-морального розшарування СРСР, зламати єдність народів СРСР шляхом пропаганди». Водночас вже через рік, 15 лютого 1943 року, Гімmlер був змушений констатувати, що зазначений орган виконав свої завдання «безумовно, погано» [15].

Таким чином, підриивна пропаганда в системі Третього рейху була не допоміжним, а органічним елементом стратегічного планування війни. Її реалізація забезпечувалася тісною взаємодією державних, партійних, військових та спеціальних органів, а інформаційно-психологічний вплив розглядався як важливий інструмент досягнення воєнно-політичних цілей.

Події 1938–1940 років на західноєвропейському театрі воєнних дій засвідчили, що перед вторгненням на територію інших держав нацистська Німеччина системно застосовувала комплекс пропагандистсько-психологічних заходів. До них належали масштабні провокаційні інформаційні кампанії, погрози застосування сили під приводом «захисту» етнічних німців, пряме втручання у внутрішні справи інших держав шляхом підтримки опозиційних сил і профашистських організацій, а також організація диверсійних і терористичних акцій [11, с. 294; 14, с. 283].

Разом із тим підготовка підриивної пропаганди проти СРСР мала свою специфіку. На відміну від країн Західної Європи, де інформаційно-психологічний вплив дозволяв значною мірою підготувати сприятливе

середовище для агресії ще до початку бойових дій, у Радянському Союзі не існувало достатньої соціальної бази для ефективного підриву морально-політичного стану населення та армії напередодні вторгнення. Саме тому основні заходи психологічного впливу були розгорнуті вже після початку воєнних дій.

18 грудня 1940 року А. Гітлер підписав Директиву № 21 — план «Барбаросса», який передбачав знищення СРСР. План війни являв собою комплекс політичних, економічних, воєнно-стратегічних та пропагандистсько-психологічних заходів. Основні напрями психологічного забезпечення операції були визначені у Директиві начальника штабу Верховного головнокомандування збройних сил від 6 червня 1941 року № 144/41 [6, с. 193–196]. Документ було підготовлено Управлінням воєнної пропаганди вермахту за участю Уповноваженого з контролю над східноєвропейським простором та під загальним керівництвом Східного відділу Міністерства пропаганди.

У директиві містилися завдання щодо дезорганізації морально-психологічного стану радянських військ і населення тилу, визначалися функції відповідальних осіб, форми та методи поширення пропагандистських матеріалів. Особлива увага приділялася веденню підривної пропаганди серед цивільного населення [13, с. 91–94].

Для забезпечення інформаційно-психологічного супроводу нападу на СРСР до 22 червня 1941 року командування вермахту зосредило на Східному фронті 17 рот пропаганди загальною чисельністю близько 15 тис. осіб. Їх було розподілено між основними угрупованнями військ: одну роту додано армії на північному відрізку фінського фронту, одну — 5-му повітряному флоту, три — групі армій «Північ», п'ять — групі армій «Центр», чотири — групі армій «Південь» та три — повітряним флотам [8, с. 96]. Після провалу концепції

«блискавичної війни» чисельність військ пропаганди на Східному фронті постійно збільшувалася, і вже до 1943 року вона сягнула 50 рот [4, с. 22].

Загальне керівництво підривною пропагандою здійснювало Міністерство пропаганди Й. Геббельса, у структурі якого діяв спеціалізований Східний відділ із філією «Вінета». Цей орган займався підготовкою пропагандистських матеріалів та забезпечував їх поширення через різні державні й військові структури на окупованих територіях Сходу. Відділ комплектувався переважно за рекомендаціями А. Розенберга з числа емігрантів [14, с. 11].

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що психологічна війна у стратегічній концепції нацистської Німеччини розглядалася як один із ключових інструментів досягнення воєнно-політичних цілей та органічна складова загальної системи ведення війни. Керівництво Третього рейху ще до початку Другої світової війни усвідомило потенціал пропагандистсько-психологічного впливу як засобу деморалізації противника, руйнування його політичної стійкості, послаблення морального духу населення та збройних сил.

Встановлено, що система підривної пропаганди нацистської Німеччини мала комплексний і централізований характер. До її реалізації були залучені державні, партійні, військові та розвідувальні структури, діяльність яких координувалася на найвищому політичному рівні. Особливу роль у цій системі відігравали Міністерство пропаганди Й. Геббельса, Управління воєнної пропаганди вермахту, Абвер, РСХА та спеціалізовані пропагандистські й диверсійні підрозділи.

Дослідження показало, що психологічна війна використовувалася не лише як допоміжний елемент збройної боротьби, а як самостійний інструмент стратегічного впливу. Її складовими були масова пропаганда, дезінформація, підтримка опозиційних рухів, провокування внутрішніх конфліктів, маніпуляція етнічними та соціальними суперечностями, диверсійна діяльність

і створення мереж агентурного впливу. Саме комплексне поєднання інформаційно-психологічних, воєнних та політичних засобів дозволяло нацистській Німеччині досягати значних результатів на початкових етапах агресії.

Водночас досвід Другої світової війни засвідчив і обмеженість психологічної війни. Попри значний масштаб та високий рівень організації пропагандистсько-психологічних операцій, нацистському керівництву не вдалося досягти стратегічного зламу морально-психологічного стану народів та армій антигітлерівської коаліції, зокрема населення СРСР.

Актуальність вивчення цього історичного досвіду зумовлена тим, що в умовах сучасного гібридного протиборства інформаційно-психологічний вплив дедалі частіше використовується як самостійний інструмент досягнення стратегічних цілей. Аналіз організаційних моделей, механізмів та інструментів психологічної війни Третього рейху дозволяє краще зрозуміти природу сучасних інформаційних операцій, методи маніпуляції суспільною свідомістю та шляхи протидії деструктивному інформаційному впливу.

Список використаних джерел

1. Бернейс Е. (2024). *Пропаганда*. Київ: Сварог. 128 с. ISBN 978-611-01-1712-8.
2. Богданов А.А. (1968). *В поединке с абвером*. Москва. 304 с.
3. Волкогонов Д.А. (1983). *Психологическая война*. Москва: Воениздат. 320 с.
4. Герен А. (1970). *Серый генерал*. Москва: Воениздат. 364 с.
5. Горбулін В. П. (2021). *Як перемогти Росію у війні майбутнього*. Київ: Брайт Букс. 248 с. ISBN 978-617-7766-53-6.

6. Дашичев В.И. (1973). *Банкротство стратегии германского фашизма. Исторические очерки. Документы и материалы*. Т. 1. Москва: Наука. 766 с.
7. Дашичев В.И. (1973). *Банкротство стратегии германского фашизма. Исторические очерки. Документы и материалы*. Т. 2. Москва: Наука. 664 с.
8. Лайнбарджер Э., Майрон П. (2023). *Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания*. Киев: Сварог. 528 с. ISBN 978-966-370-780-8.
9. Ласвелл Г. (2021). *Техника пропаганды в мировой войне*. Москва: ИНИОН РАН. 237 с. ISBN 978-5-248-00976-3.
10. Магда Є. В. (2017). *Гібридна агресія Росії: уроки для Європи*. Київ: Каламар. 268 с. ISBN 978-966-97478-3-9.
11. Нюрнбергский процесс: Сборник материалов. (1999). В 8 т. Т. 8. Москва: Юридическая литература. 792 с.
12. Остряков С. (1974). *Военные чекисты*. Москва: Воениздат. 320 с.
13. Ферстер Г., Гельмерт Г., Шниттер Г. (1970). *Прусско-германский генеральный штаб 1940–1945. К его политической роли в истории / пер. с нем.* Москва: Мысль. 573 с.
14. Филиппов И.Ф. (1970). *Записки о «третьем» рейхе*. Москва. 383 с.
15. Чайковский А. С. . (2019). *Противостояние. Нацистские и советские спецслужбы во Второй мировой войне (1939-1945). Тайны военной истории*. Том 1. Киев: Феникс. 456 с. ISBN 978-966-136-653-6.
16. Чайковский А. С. . (2019). *Противостояние. Нацистские и советские спецслужбы во Второй мировой войне (1939-1945). Тайны военной истории*. Том 2. Киев: Феникс. 536 с. ISBN 978-966-136-670-0.