
ВСЕСВІТНЯ ІСТОРІЯ

УДК 327(4/9)"1939/1945"

DOI 10.31.65/2520-6966-2020-13i-99-97-107

А. Г. Бровко

кандидат історичних наук, старший викладач

Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

e-mail: Alyona_brovko@meta.ua; ORCID ID: 0000-0002-8490-7990

Особливості інформаційного протистборства Великобританії та гітлерівської Німеччини у роки Другої світової війни (1939–1945 рр.)

У статті висвітлюються особливості ведення інформаційного протистборства Великобританії та Німеччини у роки Другої світової війни. Особливу увагу зосереджено на веденні пропагандистської діяльності державами. Зазначено, що пропаганда як зброя інформаційного впливу почала активно використовуватись державами-суперниками саме у період Другої світової. Пропаганда здійснювалась двома способами: фронтова пропаганда, яка виражалась у поширенні листівок, промов та звернень до солдатів, як власної, так і ворожої армії, та у вигляді кампанії, розгорнутої за допомогою преси, яка доносила необхідну інформацію та ідеї до найбільш віддалених куточків світу. У статті наголошено на методах використання пропагандистської діяльності Великобританії. Зокрема, зазначено, що з початком війни було відновлено діяльність Міністерства інформації, вказано на створенні відповідних органів та проведенні різноманітних кампаній. Саме у Великобританії вперше було створено спеціалізовану психологічну боротьбу, засновником якого вважається адмірал Годфрі. З метою впливу на свідомість населення держави-ворога активно використовувались листівки, ЗМІ, кіноіндустрія та агенти слухачі. У свою чергу А. Гітлер та керівництво Третього рейху розробило низку методів пропагандистського впливу, які були втілені у життя нацистським міністром Й. Геббельсом. Прагнучи створити образ британців як ворога німецького народу та рейху, а також підірвати могутність Англії, уряд Німеччини активно використовував з цією метою ЗМІ. Одним із найвідоміших пропагандистів, який працював на британській радіостанції у Німеччині, був Вільям Джойс, що виступав під псевдонімом лорд Хо-Хо. Британці хоч і слухали німецькі радіостанції проте не довіряли їм. Не піддаючись на повідомлення з нацистської Німеччини, англичани зберегли вірність "британській короні". Тому за період

Другої світової війни у Великобританії не відбулось жодної значної анти-урядової чи пронимецької акції.

Ключові слова: інформаційне протистояння, інформаційна війна, пропагандистська діяльність, Великобританія, гітлерівська Німеччина, Міністерство інформації, засоби масової інформації, листівки.

Постановка проблеми. Пропаганда як зброя інформаційного впливу з'явилася масово під час Першої світової війни, утім активне її використання державами-суперниками спостерігається вже у роки Другої світової. Ведення пропаганди здійснювалось двома способами: фронтова пропаганда, яка виражалась у поширенні листівок, промов та звернень до солдат, як власної, так і ворожої армії, та у вигляді кампаній, розгорнутих за допомогою преси, яка доносила необхідну інформацію та ідеї до найбільш віддалених куточків світу [6].

Як відомо, Великобританія ще за роки Першої світової війни володіла потужним арсеналом методів інформаційного впливу, який активно використовувала проти Німеччини. Саме завдяки роботі британських пропагандистів, як вважав А. Гітлер, Німеччина й зазнала поразки. Тому, розуміючи важливість пропагандистської діяльності як зброї інформаційно-психологічного впливу, під час Другої світової війни Гітлер всі зусилля та ресурси направив на розвиток пропагандистської діяльності.

Мета статті. Розкрити особливості ведення інформаційного протистояння Великобританії та Німеччини у роки Другої світової війни; висвітлити основні методи пропагандистської діяльності двох держав та їх вплив на громадськість.

Аналіз джерел. Питання інформаційного протиборства та пропагандистської діяльності Німеччини і Великобританії у роки Другої світової війни знайшли відображення у наукових розвідках Д. Суржика [7; 9; 10; 11], О. Салати [6], Т. Клініної [4], А. Єрмакова [2], В. Малаховської, А. Малаховського [12; 13] та ін.

Виклад основного матеріалу. З початком Другої світової війни уряд Великобританії відновив діяльність Міністерства інформації, оскільки населенню держави необхідно було пояснити, навіщо країна оголосила війну Третьюму Рейху. У 1940 р. міністром інформації став колишній генеральний директор Британської телерадіомовної корпорації (BBC) Джон Рейт. Власне, на Міністерство інформації, а також на управління політичної розвідки Міністерства закордонних справ та Британську радіомовну корпорацію було покладено питання ведення пропаганди, яка головним чином велась через радіопередачі з Лондона. Великобританія була єдиною державою, яка продовжувала вести пропаганду серед населення окупованих Німеччиною територій.

Міністерство інформації з метою завоювання прихильності британців, окрім подання правдивих повідомлень, не нехтувала старими перевіреними методами маніпуляції. З цією метою воно активно використовувало програмну працю свого головного ворога – книгу "Майн камф" ("Mein Kampf"). У методичці, розробленій британськими спеціалістами, рекомендувалось використовувати у роботі інстинкти натовпу, а не розум, а також якнайчастіше використовувати прості гасла, які повинні мобілізувати народ на захист батьківщини [7].

Міністерство інформації випускало безліч книг, буклетів, фільмів, радіопередач. Виступали ініціаторами проведення масових інформаційних кампаній, які з періодичністю проводились у країні. Одна з таких кампаній отримала назву "Кампанія гніву", яка мала за мету закріпити у масовій свідомості постулат про надзвичайну жорстокість нацистського режиму. Така кампанія була важливою для Англії, оскільки для більшості населення війна була далекою та незрозумілою, бо на території держави не велися безпосередньо бойові дії. До того ж нацистська ідеологія було доволі популярною у середині самої країни. Тому, завдяки кампанії гніву, вдалося створити вороже ставлення до німців, а прихильники нацизму Освальда Мослі, лідера Британського союзу фашистів, перетворились на "п'яту колону" у свідомості більшості британців. Сам Мослі був заарештований, а Британський союз фашистів – заборонений [7].

Наступною впливовою кампанією, яка прокотилася країною, стала кампанія "Необережні слова можуть коштувати життя", яка передбачала потужну боротьбу зі шпигунами. Громадян закликали повідомляти поліцію про всіх підозрілих та не обговорювати свою роботу в присутності сторонніх, звести телефонні розмови до мінімуму тощо.

Утім пропаганда не могла базуватися лише на страху та ненависті до ворога. Необхідні були символи солідарності у боротьбі з ворогом. Саме тому влітку 1941 року ВВС запустило наступну кампанію – "V – символи перемоги". Латиська літера V – стала символом перемоги. Саме на цю літеру розпочинається англійське слово victory, що означає перемога. Літера V з'являлась скрізь – на стінах, парканах окупованої Європи, тим самим символізуючи собою незламність поневолених гітлерівською Німеччиною народів та знак підтримки з боку країн, які воювали з німцями. Дана кампанія була особисто схвалена Вінстоном Черчиллем під час промови, а сам символ V – він почав показувати із двох розсунутих пальців.

За вказівкою прем'єр-міністра В. Черчилля у липні 1940 року, всі організації, до компетенції яких входило питання інформаційного

впливу, були об'єднанні і трансформовані у єдиний орган – Відділ спеціальних операцій. Даний відділ мав визначати і координувати пропагандистські зусилля. Основними формами психологічної війни стали радіомовлення та розповсюдження листівок.

У Великобританії вперше було створено спецформування психологічної боротьби (NID 17 Z). Його засновником вважається адмірал Годфрі. Основне завдання відділу полягало у веденні психологічних операцій за допомогою всіх відомих засобів – радіо, листівок та агентів слухачів [5, с. 42]. Так, наприклад, у радіопередачах німцям давали поради, як уникнути призову на службу у підводному флоті тощо.

Весь пропагандистський матеріал збирався та ретельно відпрацьовувався для кожного окремого виду збройних сил. З метою впливу на німецькі військово-повітряні сили ВВС повідомляла про випадки дезертирства німецьких льотчиків зі своїми літаками до Англії. Така пропагандистська діяльність була покликана спонукати німецьке керівництво до проведення т. зв. "чисток" серед особового складу та поширення недовіри серед льотчиків, що мало негативно відобразитись на боєздатності німецької авіації.

З метою послабити позиції німецького флоту британці вміло розповсюджували листівки у портах ворога, в яких йшлося про тяжкі умови життя на підводних човнах, небезпеку тощо.

Відділом 17 Z поширювалась дезінформація стратегічного рівня, з використанням такого виду технології ведення інформаційної війни як чутки. Зокрема, через ЗМІ поширювались чутки про побудову Британією спеціального трубопроводу вздовж узбережжя острова, з якого, у разі загрози небезпеки з боку німецьких плавзасобів, у море буде випускатися нафта, яку підпалюватимуть, тим самим знешкоджуючи усі німецькі човни, що знаходитимуться у радіусі семи миль. Для більшої достовірності поширеної інформації британці щодня демонстративно закладали у море труби великого діаметру, а вночі виймали їх з води на баржу, щоб вдень знову повторити процедуру [5, с. 45].

Утім одним з найбільш поширених засобів пропаганди було розповсюдження листівок, яке розпочалось з початком війни. Листівки скидалися над німецькими містами у великих кількостях. Так, на 1944 р. середня кількість листівок, яка скидалась щомісячно, становила 70 млн 500 тис. примірників.

Інформативність листівок виокремлювалась своєю актуальністю на різних етапах війни. Спочатку в листівках подавалась інформація, яка була цікавою населенню Німеччини: відомості про втрати з боку німецьких солдат під час військових кампаній, що ретельно приховувалось з боку керівництва, тощо. З часом листівки набувають нового вигляду, вони містили критику гітлерівського режиму та самого фюрера.

Пропагандистська діяльність, яка проводилась британськими службами, була секретною інформацією для населення Англії. Зокрема, британці нічого не знали про розповсюдження даних листівок. Навіть серед самих льотчиків, які безпосередньо займались поширенням листівок, це слово було заборонено, натомість вживалось слово "Nickel" [3, с. 100].

Зі вступом у війну США у 1943 р. було створено новий орган для спільного керівництва військово-пропагандистською діяльністю – Лондонський комітет з координації політичної війни. Також були створені штаби, управління, які координували діяльність органів друку та ведення психологічної війни.

Окрім поширення чуток та розповсюдженням листівок, успішним прийомом пропаганди було розповсюдження серед противника перепусток безпеки з відповідними печатками і вказівками про те, яким чином солдат може здатися у полон.

Важливу роль відігравала так звана "чорна пропаганда", яка використовувалась з метою підривання морального духу Верхмату та створення напруги у суспільстві. Суть даної пропаганди полягала у веденні британськими фахівцями з Англії радіомовлення таким чином, щоб у німецьких слухачів створювалось враження, що передачі ведуться на території Німеччини чи на окупованих нею територіях.

Пропагандистська діяльність Британії набувала рис сатири, гумору. З метою послаблення могутності Німеччини розпочали активно висміювати ворога в різних ЗМІ. На радіо почали виходити сатиричні передачі, під час яких відомі коміки насміхалися над німцями. У газетах друкувались карикатури та гуморески, в яких висвітлювалось вище керівництво Рейху та солдати Вермахту. Яскравим прикладом такої пропаганди був Британський гумористичний журнал "Панч" (Punch), у якому протягом 1939–1945 рр. була опублікована підбірка карикатур, яка дозволяє побачити історію Другої світової війни очима англійців, чільне місце серед яких відведено саме керівникам Третього рейху. До пропаганди залучалась і кіноіндустрія, де з позицій сатири висвітлювався німецька нація та подавалась як така, що хоче відродити язичництво.

Така політика уряду, безперечно, мала свої результати. За період війни публічно ніхто не назвав цю війну "братовбивчою" та не запропонував Вінстону Черчиллю обрати шлях перемир'я з ворогом.

Німеччина у роки Другої світової війни активно використовувала інформаційний вплив на громадськість та суспільство. Як видно з праці "Майн камф", А. Гітлер надавав великого значення пропаганді та сформулював основні методи пропагандистських впливів, які завзято використовувались проти ворогів. Чільне місце в інформаційному

протиборстві Німеччини належало саме боротьбі з Великобританією, державою, на яку нацисти покладали вину за початок Другої світової війни.

Перед Гітлером та нацистським правлінням постало завдання створити образ британців як ворога німецького народу та рейху. Організатором антибританської кампанії і творцем німецької пропаганди став Йозеф Геббенс. У 1933 р. він очолив Міністерство пропаганди та освіти у Німеччині та втілював у життя, розвивав і доповнював ідеї А. Гітлера. Геббенсівська пропаганда діяла як за допомогою радіоповідомлень, так і через "п'яту колону" – Британський союз фашистів О. Мосні. Вплив даної пропаганди здійснювався як на національні меншини, так і на громадську думку зарубіжних країн.

Й. Геббенс саме на Великобританію покладав вину за розв'язання Другої світової війни, приписував їй мету світового панування та знищення німецької держави і самого німецького народу. Будь-які події, пов'язані з британцями, набували негативних рис. Англійський уряд та льотчики подавалися як вбивці, формувалось негативне ставлення до британської еліти. Зокрема, у формуванні негативного образу активно використовувалось бомбардування німецьких міст англійською авіацією. За розпорядженням Геббельса німецька преса повідомляла про "жорстокість" англійських льотчиків, які нападали на беззахисних берлінських жінок та дітей. Разом з цим, зазначалось, що, на відміну від англійських літаків, німецькі бомбардують в Британії лише військові об'єкти, а не цивільне мирне населення.

Окрім льотчиків, мішенню Геббельса була й британська еліта, на яку покладалась вина за розв'язання Другої світової війни. Англійських "лордів", "джентльменів", "плутократів" наділяв такими рисами, як: жорстокість, лицемірство пихатість, цинізм, упевненість у власній непогрішності. Власне, самого Вінстона Черчилля подавав як "підлого злочинця", для якого основним ідеалом були гроші, розкішне життя, алкоголь [2, с. 39].

Створюючи негативний образ еліти Великобританії нацистський міністр Геббельсон був впевнений, що правлячий клас був приречений на поразку у боротьбі з Третім Рейхом.

Над підривом британського духу працювала й англійська радіостанція "Говорить Німеччина" у Гамбурзі. Одним із найвідоміших пропагандистів був Вільям Джойс. Син англійця та ірландки, народився в Брукліні 24 квітня 1906 р. Коли йому виповнилось 2 роки, його родина переїхала до Ірландії, але там він так і не став "своїм". Тому Джойс згодом переїхав до Англії, де навчався в Королівському коледжі у Вімблдоні, утім покинув його та продовжив навчання у коледжі Біркбек [10, с. 167].

Будучи лютим противником комунізму, Вільям Джойс брав не лише активну участь у профашистському русі, що виник як реакція на діяльність Комінтерну та лівоцентристські позиції в Лейбористській партії, але й у 1932 р. став членом Британського союзу фашистів, а через два роки очолив у ньому пропагандистську діяльність. Написав у цей час брошуру "Диктатура" і "Націонал-соціалізм сьогодні". У 1939 р., боячись бути заарештованим, втік з Великобританії, а сам Британський союз фашистів був заборонений і проголошений поза законом. У 1940 р. У. Джойс отримав німецьке громадянство, де й працював коментатором на радіо "Говорить Німеччина" на англійській мові, виступаючи під псевдонімом "Лорд Хо-Хо" [8, с. 57].

На радіо Джойс вів вечірні короткотривалі передачі, під час яких висвітлював події, що відбувалися на фронті, применшуючи успіхи Британії та її союзників та закликаючи до підписання мирових договорів з Німеччиною та побудови нацистської держави на англійських островах. У цілому, під час ефірів Джойс піднімав ті ж самі теми, які подавалися у британській пресі: становище на фронті, питання житла для робітників, безробіття, антисемізм, зовнішня політика Англії тощо.

Варто зазначити, що передачі Джойсона користувалися популярністю серед британців, оскільки інформація подавалась своєчасно, висвітлювались ті повідомлення, які замовчувались ВВС, та, як свідчить опитування британців, подання матеріалу було цікавим та ненудним [11, с. 356]. На думку британських аналітиків, популярність передачі була викликана й тим, що радіоведучий "Говорить Німеччина" подавав вільні судження, але аж ніяк не оригінальні.

Лорд Хо-Хо висміював незграбність британського прем'єр-міністра Черчилля, некомпетентність членів його військового кабінету, слабкість озброєних сил. Пророкував неодмінну поразку британського флоту, військових сил на суші, авіації; висвітлював нерішучість британської політичної верхівки, акцентував увагу на недосконалому англійської класової системи з її прірвою між привілейованими і нижчими класами [13]. Незважаючи на це, передачі Лорда Хо-Хо не "заглушувались" британськими службами, а їх прослуховування не вважалось злочином. У той же час вони записувались в архів Бі-Бі-Сі, а їх вплив на британське суспільство ретельно вивчався.

Окрім ведення передач, Джойсон видавав друковану продукцію. Зокрема, ним була написана брошура "Націонал-соціалізм сьогодні", у якій автор зазначав, що лише союз з Німеччиною, а після травня 1940 р., тільки поразка Черчилля, зможе "відкрити шлях до націонал-соціалізму для вічної Британської імперії" і спільної боротьби проти

СРСР. Побачила світ й античерчиллівська книга "Сутінки над Англією", видана за рахунок Міністерства пропаганди і просвітництва Німеччини. Дана книга активно використовувалась як агітаційний матеріал серед полонених німцями британців. Їх переконували вступати до лав добровільних німецьких корпусів, щоб очистити Британію від "матеріалістичних комуністів" і "тиранії єврейських плутократів" [11, с. 360].

Проте вже навесні 1945 р., а саме 30 квітня, вийшла остання передача Лорда Хо-Хо. Потім він був спійманий на кордоні з Данією та засуджений англійським судом до страти через повішення.

Незважаючи на використання німецьким керівництвом інформаційної війни на всіх рівнях державного і військового управління, досягнути своїх зовнішньополітичних цілей йому так і не вдалося. Британія зі своїми союзниками знову отримала перемогу.

Висновки. Інформаційна війна Британії та гітлерівської Німеччини у період Другої світової війни набула нових рис. Розуміючи всю важливість інформаційно-психологічного впливу та використовуючи попередній досвід, держави витратили на неї значні засоби та ресурси. Для ведення інформаційного протиборства створювались спеціальні державні органи, які координували пропагандистські зусилля, залучались ЗМІ, кіноіндустрія, поширювались листівка та плакати з відповідним змістом. Одним із активних засобів інформаційної війни, як показує історія, була пропагандистська діяльність, яка використовувалась з метою впливу як на національні маси, так і на громадськість інших держав, зокрема держави-ворога. Утім, незважаючи на значні зусилля нацизму у веденні інформаційної війни проти Британії та її союзників, Німеччина не змогла досягти бажаних результатів. Не піддаючись на повідомлення з нацистської Німеччини, англійці зберегли вірність "британській короні", а прослуховування німецьких передач англійцями відбувалось або з метою отримання більш детальної інформації, яка передавалась "Бі-Бі-Сі", або ж ознайомлення з альтернативною точкою зору, послухати інший формат новин. У той час як основний зміст німецького радіо не викликав довіри з боку англійців. Тому за період Другої світової війни у Британії не відбулось жодної значної антиурядової чи пронимецької акції.

Література

1. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки: навч. посіб. / за заг. ред. В. О. Жадька; ред.-упор.: О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с. В. Жадько. Р. 2. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь. С. 64–95. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/25591/1/Zhadko%2064-95.pdf>

2. Ермаков А. М. Образ Великобритании в пропаганде Йозефа Геббельса (1939–1945). С. 36–42. URL: <file:///C:/Users/Home/Downloads/obraz-velikobritanii-v-propagande-yozefa-gebbella-1939-1945.pdf>

3. Історія інформаційно-психологічного протиборства: підруч. / Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш; за заг. ред. д. ю. н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. Київ: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. 212 с.

4. Клиніна Т. Інформаційна війна США та Великої Британії під час Другої світової війни (1939–1945 рр.). *Схід*. 2016. № 2 (142), березень-квітень. С. 53–57.

5. Куцька О. М. Пропагандистська робота військовополітичного керівництва Великобританії в період Другої світової війни та у перші повоєнні роки. С. 42–57. URL: file:///C:/Users/Home/Downloads/vnv_2009_12_4.pdf (дата звернення: 20.05.2020).

6. Салата О. О. Листівки як інформаційно-психологічний засіб боротьби під час війни Німеччини проти СРСР. URL: http://history-pages.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/28_21_Salata.pdf (дата звернення 20.05.2020).

7. Пропаганда, як складова перемоги. Велика Британія у Другій світової. URL: <https://uain.press/blogs/propaganda-yak-skladova-peremogy-velykobyritaniya-u-drugij-svitovij-1066744> (дата звернення: 20.05.2020).

8. Суржик Д. В. Борьба за морально-боевой дух англичан в годы Второй мировой войны. С. 48–61. URL: <file:///C:/Users/Home/Downloads/borba-za-moralno-boevoy-duh-anglichan-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn.pdf> (дата звернення: 20.05.2020).

9. Суржик Д. В. "Идемте вперед единой силой!" Британский тыл в годы Второй мировой войны. Ч. 2. С. 241–251. URL: <file:///C:/Users/Home/Downloads/idemte-vpered-edinoj-siloy-britanskiy-t-l-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn-chast-2.pdf> (дата звернення: 20.05.2020).

10. Суржик Д. В. "Идемте вперед единой силой!" Британский тыл в годы Второй мировой войны. Ч. 3. С. 163–170. URL: <file:///C:/Users/Home/Downloads/idemte-vpered-edinoj-siloy-britanskiy-t-l-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn-chast-3.pdf> (дата звернення: 20.05.2020).

11. Суржик Д. В. "Мы их слушаем, но мы им не верим". Из истории немецкого инновещания на Великобританию в годы Второй мировой войны. URL: <file:///C:/Users/Home/Downloads/m-ih-slushaem-no-m-im-ne-verim-iz-istorii-nemetskogo-inoveshaniya-na-velikobritaniyu-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn.pdf> (дата звернення: 20.05.2020).

12. Малаховская В. В., Малаховский А. К. Британские СМИ в период Второй: особенности функционирования. *Манускрипт*. Тамбов: Грамота, 2019. Т. 12. Вып. 1. С. 66–72.

13. Малаховский А. К. К вопросу об особенностях англоязычной радиопропаганды гитлеровской Германии в 1939–45 гг.: лорд Хо-Хо. URL: <file:///C:/Users/Home/Downloads/k-voprosu-ob-osobennostyah-angloyazhnoy-radiopropagand-gitlerovskoy-germanii-v-1939-45-gg-lord-ho-ho.pdf> (дата звернення: 20.05.2020).

References

1. Hibrydna viina i zhurnalistyka. Problemy informatsiinoi bezpeky: navchalnyi posibnyk (2018). / za zah. red. V. O. Zhadka; red.-upor.: O. I. Kharytonenko, Yu. S. Poltavets [Hybrid warfare and journalism. Information security issues: a textbook]. Kyiv: Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova. – 356 s. [in Ukrainian].
2. Ermakov, A. M. *Obraz Velykobyrtanyy v propahande Yozefa Hebbelsa (1939–1945)* [The image of Great Britain in the propaganda of Joseph Goebbels (1939–1945)]. S. 36–42. URL: file:///C:/Users/Home/Downloads/obraz-velikobritanii-v-propagande-yozefa-gebbelsa-1939–1945.pdf (Last accessed 20.05.2020) [in Russian].
3. Istoriia informatsiino-psykholohichnoho protyborstva : pidruch (2012) / [Ia. M. Zharkov, L. F. Kompantseva, V. V. Ostroukhov V. M. Petryk, M. M. Prysiazhniuk, Ye. D. Skulysh]; za zah. red. d. iu. n., prof., zasl. yurysta Ukrainy Ye. D. Skulysha. [History of information and psychological confrontation: a textbook]. Kyiv: Nauk.-vyd. viddil NA SB Ukrainy. 212 s. [in Ukrainian].
4. Klynina, T. (2016). Informatsiina viina SShA ta Velykoi Brytanii pid chas Druhoi svitovoi viiny (1939–1945 rr.) [Information war between the United States and Great Britain during the Second World War (1939–1945)]. SKhID № 2 (142) berezen-kviten. [in Ukrainian].
5. Kutska, O. M. *Propahandystska robota viiskovopolitychnoho kerivnytstva Velykobyrtanii v period Druhoi svitovoi viiny ta u pershi povienni roky* [Propaganda work of the British military leadership during the Second World War and in the first postwar years]. S. 42–57. URL: file:///C:/Users/Home/Downloads/vnv_2009_12_4.pdf (Last accessed 20.05.2020) [in Ukrainian].
6. Salata O. O. Lystivky yak informatsiino-psykholohichni zasib borotby pid chas viiny Nimechchyny proty SRSR [Salad OO Postcards as an informational and psychological means of struggle during the German war against the USSR]. http://history-pages.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/28_21_Salata.pdf (Last accessed 20.05.2020) [in Ukrainian].
7. Propahanda yak skladova peremohy. Velykabyrtaniia u Druhii svitovii [Propaganda as a component of victory. Great Britain in World War II]. <https://uain.press/blogs/propaganda-yak-skladova-peremogy-velyka-brytaniya-u-drugij-svitovij-1066744> (Last accessed 20. 05. 2020) [in Ukrainian].
8. Surzhyk, D. V. Borba za moralno-boevoi dukh anhlychan v hody Vtoroi myrovoi voyny [The struggle for the morale of the British during the Second World War]. S. 48–61. file:///C:/Users/Home/Downloads/borba-za-moralno-boevoy-duh-anglichan-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn.pdf (Last accessed 20. 05. 2020) [in Russian].
9. Surzhyk D. V. "Ydemte vpered edynoi syloi!" Brytanskiy tyl v hody Vtoroi myrovoi voyny [Surzhyk D. V. "Come forward with a united force!" British rear during the Second World War] Chast 2. S. 241–251. file:///C:/Users/Home/Downloads/idemte-vpered-edynoy-siloy-britanskiy-t-l-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn-chast-2.pdf (Last accessed 20. 05. 2020) [in Russian].
10. Surzhyk D. V. "Ydemte vpered edynoi syloi!" Brytanskiy tyl v hody Vtoroi myrovoi voyny ["Come forward with a united force!" The British rear during the Second World War]. Chast 3. s. 163–170 file:///C:/Users/Home/Downloads/idemte-vpered-edynoy-siloy-britanskiy-t-l-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn-chast-3.pdf (Last accessed 20.05.2020) [in Russian].

11. Surzhyk D. V. "Мы ykh slushaem, no мы um ne verym". Yz ystoryy nemetkoho ynoveshchaniya na Velykobrytaniyu v hody Vtoroi myrovoi voiny ["We listen to them, but we do not believe them. "From the History of Non-Broad Broadcasting to Great Britain during the Second World War] file:///C:/Users/Home/Downloads/m-ih-slushaem-no-m-im-ne-verim-iz-istorii-nemetskogo-inoveshaniya-na-velikobritaniyu-v-god-vtoroy-mirovoy-voyn. pdf (Last accessed 20.05.2020) [in Russian].

12. Malakhovskaia, V. V., Malakhovskiy, A. K. (2019) Brytanskye SMY v peryod Vtoroi: osobennosty funktsyonyrovaniya [British media in the Second period: features of functioning] *Manuskrypt – Manuscript* Tambov: Hramota. Tom 12. Vol. 1. C. 66–72 [in Russian].

13. Malakhovskiy, A. K. K voprosu ob osobennostiakh ankhloizychnoi radyopropahandy tytlerovskoi Hemanyy v 1939–45 hh.: lord Kho-Kho [To the question of the features of the English-language radio propaganda of Hitler Germany in 1939–45: Lord Ho-Ho] file:///C:/Users/Home/Downloads/k-voprosu-ob-osobennostyah-angloyaz-chnoy-radiopropagand-gitlerovskoy-germanii-v-1939–45-gg-lord-ho-ho. pdf (Last accessed 20. 05. 2020) [in Russian].

A. G. Brovko

Candidate of Historical Sciences, Senior Lecturer of the Department of World History and International Relations, Nizhyn Mykola Gogol State University
e-mail: Alyona_brovko@meta.ua; ORCID ID: 0000–0002–8490–7990

Features of the information conflict between great Britain and hitler's Germany during the second world war (1939–1945)

The article highlights the peculiarities of the information confrontation between Great Britain and Germany during the Second World War. Particular attention is focused on driving advocacy powers. It is noted that propaganda as a weapon of information a influence began to be actively used by rival states during the Second World War. Propaganda was carried out in two ways: frontal propaganda, which waxes pressed in the distribution of leaflets, speeches and appeals to soldiers, both their own and the enemy's army, and in the form of a press campaign that brought the necessary information and ideas to the most remote corners of the world. The article emphasizes the methods of using British propaganda. In particular, it is noted that with the beginning go the war, the activities of the Ministry of Information were resumed, and the creation of appropriate bodies and various campaigns were pointed out. The special formation of psychological struggle was first created in Great Britain, the founder of which is considered to be Admiral Godfrey. In order to influence the consciousness of the population of the enemy state, leaflets, mass media, the film industry and listeners' agents were actively used. In turn, A. Hitler and the leadership of the Third Reich developed a number of methods of propaganda, which were implemented by Nazi Minister J. Goebbelson. In an effort to create an image of the British as an enemy of the German people and the Reich, as well as to undermine the power of England, the German government actively used the media for this purpose. One of the most famous propagandists who worked for a British radio station in Germany was William Joyce, nicknamed Lord Ho-Ho. Although the British listened to German radio stations, they did not trust them. The British remained loyal to the "British crown" without succumbing to reports from Nazi Germany. Therefore, no significant anti-government or pro-German action took place in Britain during World War II.

Key words: information confrontation, information warfare, advocacy, UK, Nazi Germany, the ministry of information, media cards.